



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Проект: „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“

ДОКЛАД

Анализ на действащото законодателство, изготвяне на предложения за нормативни промени

„Настоящият документ е изготвен с финансовата помощ на Европейския социален фонд. Съдържанието на настоящия документ при никакви обстоятелства не може да се приеме като официална позиция на Европейския съюз или на УО на Оперативната програма „Добро управление“

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



СЪДЪРЖАНИЕ

I. Увод.....	3
II. Методология на анализа.....	4
1. Методи на структуриране на правния анализ при оценка на нормативните актове.....	4
2. Основни стъпки на анализа на нормативните актове.....	5
3. Методика за определяне на обхвата и съдържанието на текстовете и за оформяне на текстовете в нормативните актове.....	6
III. Проучване на законодателните решения в пет страни членки на ЕС и региона на Балканите.....	11
1. Австрия.....	11
2. Република Хърватска.....	22
3. Дания.....	43
4. Гърция.....	55
5. Финландия.....	77
IV. Преглед на действащото българско законодателство в областта на туризма.....	97
1. Нормативни актове.....	97
1.1. Европейски нормативни актове.....	97
1.2. Български нормативни актове.....	99
2. Ненормативни актове.....	129
V. Констатации, изводи и обобщения от извършения правен анализ.....	138
5.1. Констатации относно структурата, функциите и финансирането на българския туризъм... 138	
5.2. Изводи и обобщения за изследваните законодателни решения в 5-те страни членки на ЕС.....	157
5.3. Оценка на необходимостта от създаване и регламентиране на нова национална структура в сферата на туризма.....	159
VI. Формулиране на препоръки към държавната администрация за нуждата от промени в изследваните нормативни актове, които имат отношение към създаването на „Национална туристическа организация.....	163
VII. Предложение за изменение и допълнение на нормативната уредба.....	171



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

VIII. Заключение171

Приложения.....172

1. Приложение № 1 - Мотиви към Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма.....173
2. Приложение № 2 - Проект на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма.....176



I. Увод

Туризмът е важна стопанска дейност, която има значително влияние върху икономическия растеж и трудовата заетост в Европа и България. Туризмът генерира растеж и работни места и същевременно допринася за развитието, включително за икономическата и социалната интеграция, по-специално на селските и планинските зони, на крайбрежните региони и островите, отдалечените и крайно отдалечените региони или на тези в процес на сближаване.

Европейската туристическа индустрия наброява около 1,8 милиона предприятия - основно МСП, в които работи около 5,2 % от активното население (около 9,7 милиона работни места, като дялът на младите хора е значителен), представлява повече от 5 % от БВП на ЕС, като този процент расте непрекъснато. В този смисъл туризмът е третата по важност социално-икономическа дейност на ЕС след търговския, дистрибуторския и строителния сектор. Като се вземат предвид свързаните с туризма сектори, неговият принос към brutния вътрешен продукт е още по-значителен - представлява повече от 10 % от БВП на Европейския съюз и осигурява 12 % от всички работни места. В това отношение през последните десет години нарастването на броя на работните места в туристическия сектор почти винаги е по-силно изразено, отколкото в останалата част на икономиката.

Докато общите тенденции на растеж в този динамичен сектор са положителни, правителствата все повече разработват политики, които се стремят да максимизират икономическите, екологичните и социалните ползи, които туризмът може да донесе, като същевременно намаляват натиска, който възниква, когато този растеж е непланиран и неуправляван. За да гарантират желаното въздействие на политиките, страните укрепват механизмите за координация и изпълнение, реформират практиките за управление на дестинациите, модернизират регламентите, приемат технологични решения, укрепват диалога с гражданското общество и ангажират частния сектор в изготвянето на политики. Националните туристически организации са органите, традиционно действащи в страните членки на ЕС, които имат за стратегическа цел популяризиране и създаване на идентичност и повишаване на репутацията на туризма на национално ниво. Тяхната мисия включва планирането и изпълнението на обща стратегия и концепция за нейното популяризиране, извършването на промоционални дейности от взаимен интерес за всички субекти в туризма в страната и в чужбина, както и повишаване на общото качество на комплекса от туристически услуги в страната.

В България туризмът също е най-бързо развиващият се бранш с ръст от 8–10% през изминалите 2 години, при тенденция за спад от 2,5% годишно в световен мащаб. Сектор туризъм има 12% дял в БВП за 2019 г. Туризмът е приоритетен сектор на българската икономика, който осигурява 2.9% от националната трудова заетост и функционирането на около 93 000 работни места.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Политиката на България за развитие на туризма през последните години е ориентирана към т.нар. „устойчиво развитие“. Устойчивото развитие на туризма е туризъм, който отчита текущите и бъдещи икономически, социални и екологични въздействия и отговаря на нуждите на посетителите, индустрията, околната среда и приемащите общности. Включване на устойчиви практики в потреблението и производството на туристически услуги предполага промяна в мисленето на заинтересовани страни, повишаване на осведомеността относно факта, че включването на устойчиви практики в ежедневните им дейности са в собствена полза в дългосрочен план, тъй като позволяват запазването на околната среда, която е един от основните двигатели на туризма. Законодателството в областта на туризма също следва да е проектирано по начин, който да спомага за развитие на икономическия интерес на юридическите лица, които предлагат туристически и съпътстващи туристическите стоки и услуги. Участието на публичния сектор във финансирането на устойчивото развитие на туризма е от съществено значение за отключване на финансирането, осигуряване на стимули и изграждане на капацитет. За тази цел във всяка от страните членки на ЕС действа Национална туристическа структура, която е създадена за управление и развитие на страните като разпознаваеми дестинации на туристическия пазар и по-добра реализация на туристическия продукт. Тези туристически организации предприемат маркетингови дейности с цел популяризиране на дестинацията и популяризиране на съответния туристически продукт, но техните усилия в тази насока са недостатъчни.

Следващият анализ разглежда целите, структурата на функциите на националните туристически структури в различни страни от ЕС, които са утвърдени като дестинации с успешен маркетинг, както и анализ на българския туристически модел и възможностите същият да бъде подобрен и доразвит с цел постигане на устойчиво развитие в туризма, като се използва институционалният опит на европейски страни, бележещи напредък в това отношение.

II. Методология на анализа

1. Методи на структуриране на правния анализ при оценка на нормативните актове

Методическият подход включва преглед и оценка на цялата действаща обща и специална нормативна уредба, която регулира правоотношенията в областта на туризма.

Структурата на анализа изисква при проучването на нормативните актове в областта на туризма да бъдат ясно идентифицирани обектите на правно регулиране и основните компоненти на действащата правна рамка за сектора. Структурата включва и комплексно изследване на държавната и административна среда, системата на органите и разпределението на правомощията между тях, оценка на правните институти и правните механизми и проследяване

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



на тяхното развитие, използването на определени способности на регулиране, начина на правно третиране на проблемите, задачите и дейностите, които характеризират сектора на туристическите услуги като структурен елемент от икономиката и организацията на държавата и обществото.

2. Основни стъпки на анализа на нормативните актове

2.1 Първата стъпка е **идентифициране на действително приложимото право**, съотносимо към предмета на анализа.

2.2. Установяване целта, предназначението на съответната правна норма. В много случаи това се оказва трудно, особено там, където правилото за поведение е остаряло и могат да бъдат посочени множество и често разнопосочни съображения във връзка с него. Целта е не толкова да се достигне до единно, вярно от историческа гледна точка заключение относно целта на правната норма, а по-скоро да се концентрира вниманието върху опитите да се идентифицират обществените цели, които правилото за поведение е целяло да постигне. Това създава предпоставки за оценяване на ефективността на правилото за поведение като средство за постигане на целите на политиката, чрез съпоставянето му с оригиналните цели и действителните отзиви на участниците в политиките.

2.3. Третата стъпка е **проучване на действителното функциониране на правилата за поведение в рамките на конкретния социален контекст.**

Съществена характеристика на методическия подход при извършването на оценка на системата от правни норми на всички нива е да се търси и да се прави непрекъсната съпоставка на правната уредба със съществуващите реални обществени отношения и трайни практики в съответното направление през призмата на намиране на ефективни нормотворчески решения на наличните трайни и съществени проблеми в организацията на услугите. Избраният подход включва оценка и съпоставка на целите, определени в нормативните актове, с възможните междинни или крайни резултати от прилагането на правните норми.

Анализът на стимулите за спазване на определено правило за поведение (предимно от икономическо и социално естество) и санкциите за неспазването му са важни за прогнозиране на степента, до която съответното правило е вероятно да се окаже ефективно. Стимулите често са различни спрямо различните участници и заинтересовани страни. Когато има съществени отклонения, същите е необходимо да бъдат установени, за да се улесни разбирането на реакциите на различните субекти, ангажирани в обществените отношения в сферата на ранното детско развитие. Един от начините за изследване на стимулите, застъпени и в настоящия доклад, е да се отговори на въпроса кой би имал полза и кой би загубил от спазването на определено правило за поведение.



Един от съществените фактори при анализ и оценка на нормативната уредба е да се определят т.нар. “compliance costs” или по какъв начин правните субекти виждат стойността, “цената”, която следва да платят при спазването на конкретно правило за поведение. Ако такива негативни фактори съществуват паралелно с ниски стимули за изпълнение, правната норма е неефективна без прилагането на сериозни мерки за гарантиране на нейното изпълнение. Същевременно прекомерно големите усилия за прилагането ѝ затормозяват регулирането на обществените отношения, което допълнително намалява ефективността на мярката.

От съществено значение е правилното идентифициране и оценяване на реакциите на съответните участници и заинтересовани страни спрямо действието на определена правна норма. Следва да се има предвид, че реакцията на субектите нерядко е не по отношение на самата норма, а на нейна интерпретация и тълкуване, така, както същите са били комуникирани от съответните посредници и често оценката е повлияна от странични фактори като например предишен опит на субектите. Реакциите на субектите следва да бъдат използвани като коригиращ фактор, както по отношение на стимулите, така и на санкциите от неприлагането на нормата. Мненията на различни категории заинтересовани субекти следва да са взети предвид и да се анализират като инструмент за оценка на въведените политики, за събиране на информация, за проверка на събраните данни или извършения анализ, както и за обмисляне на разпоредбите.

Оценката на съответните правила за поведения в рамките на доклада е извършена на база на следния принципен модел: 1) каква е целта на правната норма; 2) върху кои аспекти на обществените отношения въздейства нормата – структура, поведение или резултат, 3) кой я имплементира или прилага; 4) дали съответните заинтересовани страни имат или нямат икономически интерес от нейното прилагане (включително държавни органи и институции); 5) как различните участници и субекти реагират спрямо мярката. Този модел дава възможност да се изгради аргументирана хипотеза относно ефективността на съответната правна норма.

2.4. Основно направление и следващ етап в методологията на анализ и оценка на нормативната уредба е определянето на степента на ефективност на съответните групи правни норми или отделни нормативни актове и идентифициране на ключови моменти и проблеми в изграждането и развитието на правната рамка в няколко възможни варианта на класификация на дефицитите в правната уредба – недостатъчност, липса на обвързка или системност, противоречивост или разнопосочност на правните норми или липси и празноти в правната уредба.

3. Методика за определяне на обхвата и съдържанието на текстовете и за оформяне на текстовете в нормативните актове:

3.1. Общи положения



При изработване на настоящата методика са взети предвид изискванията на Закона за нормативните актове и Указ № 883 за прилагането му, правилата и изискванията за прилагане на юридически техники в нормотворческия процес, както и опита на експертния екип.

Реализацията на услугата се извършва с помощта на основните методи и средства за анализ, синтез, индукция, дедукция, абстракция, конкретизация, аналогия, моделиране, сравняване и класификация.

Изработването на проект на нормативен акт се извършва при зачитане на принципите на **обоснованост, стабилност, откритост и съгласуваност**. Разпоредбите за строежа на проекта за нормативен акт се отнасят до неговия „скелет”, т.е. структурата му, докато формулирането на разпоредбите представлява неговото съдържание.

Дейността по формулиране на предложения за изменения и допълнения на нормативната уредба представлява **действия по проучване, преработка, анализ и използване на наличната информация**. Преди изготвянето на предложенията за изменения и допълнения на нормативната уредба, екипът на „Център за обществени поръчки, проекти и анализи“ ЕООД се запозна с доклада, съдържащ анализ „Добри практики на националните туристически организации на Австрия, Гърция, Дания, Сърбия, Финландия и Хърватия“. Информацията от този доклад е едновременно актуална, достоверна и достатъчна. На следващо място, изготвените от експертите правни анализи на релевантните нормативни актове на други държави-членки на ЕС и на действащото българско законодателство в областта на туризма, обективирани съответно в Раздел III от настоящия доклад, е фундамент, върху който да се формулират предложения за нормативни текстове.

Кумулативно трите стъпки позволяват да се започне работа по първоначалната подготовка на предложенията за изменения и допълнения на нормативната уредба. Добавянето на информация може да продължава през целия процес на формулиране съдържанието на нормативни текстове.

От екипа са взети предвид и отчетени многостранните, често противоречиви позиции и интереси на различните правни субекти. За да се гарантират основни интереси при съставяне на проекта на нормативни текстове, екипът се ръководи от основната цел на поръчката, а именно да изготви констатации, изводи и обобщения за съответствие на действащото българско законодателство в областта на туризма със законодателството на други държави-членки на ЕС в тази област, да формулира предложения за промяна в действащите нормативни актове, регулиращи туристическия сектор, както и да формулира конкретни нормативни текстове въз основа на направените предложения.

За да се обезпечи действието на правото като ефективен регулатор на обществените отношения, правните предписания ще се обвържат помежду си в **логически правни норми**, като се намери точната мярка на взаимодействие, връзки и взаимопроникване между тях. Изразяваме



разбирането си, че предлаганият подход е гаранция за това създадените предложения за нормативни текстове да се превърнат в матрица от връзки и взаимозависимости, ориентирани към утвърждаване действието на правото като системен нормативен регулатор. При създаването на предложения за нормативни текстове, екипът акцентира върху това отделните правни предписания да функционират в определено единство помежду си, т.е. да се реализират и като логически правни норми, изведени по тълкувателен път.

3.2 Юридически техники, предназначени за постигане целите на изграждане съдържанието на законопроекти, идентифицирани в анализа на настоящата поръчка

За да се постигне ефективно системно изграждане на нормативния акт, екипът ще използва различни правни техники, които са ориентирани предимно към хармонизиране на съществуващите правни норми.

Правните техники, които ще прилагаме при създаване на предложения за нормативни текстове са:

3.2.1. Юридически класификации – технически способ за организация съдържанието на предложенията за нормативни текстове. Основната задача на класификациите е да постигне количествено опростяване в нормативната организация на техникo – юридическото съдържание на нормативния акт. Съкращаване количеството на правните предписания се използва за оптимизиране броя и съдържанието на нормативните актове. Тази техника отново допринася за систематизиране на правните норми. Разработени са ясно определени класификации, които облекчават вътрешната организация на текстовете. След правилното класифициране на определена правна норма е лесно да бъде съотнесена към определена сфера, като се постига яснота в кой закон е логическото и систематично място за нейното уреждане, спрямо кои други норми има отношение и как най-ефективно може да се администрира. Т.е. класифицирането допринася за създаване на по-ефективни административни услуги от съответните органи, защото се избягва прилагането им от некомпетентен орган. Класификациите допринасят за съотнасянето на вътрешните взаимоотношения и йерархизация на нормите към йерархията на органите, които трябва да ги прилагат, както и за разпределяне на административната тежест между централни и местни органи на самоуправление. Направена е преценка кои от съществуващите практики следва да бъдат нормативно регулирани в съответния закон.

3.2.2. Юридически конструкции - модели на построяване на правната материя, моделиране на регулации, на задължения, конструиране на техни типови схеми, в които се разполага юридическият материал. В основата на юридическата конструкция на всяко предложение за нормативни текстове, се разполага определена рационална идея, която по пътя на тълкуването се извежда от самата правна материя. Следователно, за да бъде ефективен процесът на изработване на нормативни текстове, в резултат от извършените подготвителни и проучвателни етапи са



изведени своеобразни типични схеми, модели, типови образци, посредством които да се организира многообразната правна материя. Посредством юридическите конструкции в значителна степен се обезпечават осъществяването на чл. 9 от ЗНА за краткост, точност, яснота и определеност при организацията и съдържанието на правната материя в нормативните юридически актове. Тази техника дава възможност лесно да се идентифицират и правилно да се организират режими, които представляват комплексни административни услуги със сложни фактически състави. Определени са отделните режими в рамките на един сложен фактически състав и са правилно съотнесени едни спрямо други от гледна точка на йерархизация, санкция и пр. Извеждат се ясно допълнителните и вътрешни или външни административни услуги, като е преценено кои от тях е необходимо да останат в закона и кои следва да отпаднат поради прекомерно засилване на бюрократичната тежест по тяхното администриране. С тази техника се постига ясно подреждане и структуриране на режимите в рамките на комплексен (съставен) регулаторен режим, като заедно с техниките на класификация и препращане се избягва дублирането на режими от различни органи и на различни етапи.

3.2.3. Отраслова типизация – юридически способ, който се използва при изграждане на съдържанието на законопроектите. Доколкото при правната регулация в сферата на туризма се касае за взаимно проникване и систематизиране на правни норми, относими към различни правни отрасли, изключително важно е умело и ефективно да се използват различните видове правно – нормативни предписания за постигане на оптимална нормативна организация на съдържанието на актовете. Отрасловата типизация е юридическата техника, посредством което се отразяват, а след това конституират и закрепват в нормативните актове сложните и многостранни връзки, взаимодействия и взаимопрониквания на регулаторните режими в различните сфери.

3.2.4. Техника на препращането – способ, свързан непосредствено с препращащите правни предписания, посредством който се извършва препращане към други правни предписания, закрепени по съответния ред в други нормативни актове. Чрез него се гарантира избягването на „излишен шум“.

В обобщение, в процеса на оценката на нормативните актове в областта на туризма и формулиране на предложенията за изменение и допълнение на нормативната уредба и препоръките към администрацията, екипът осъществи следното:

- Формулиране на проблема - какъв е проблемът, който трябва да се разреши в съществуващите обществени отношения и в практиката по прилагане на нормативните актове, от гледна точка на неговите социални въздействия? Защо това представлява проблем, кой или какво попада в обхвата на неговото въздействие?



- Поставяне на основната цел - тази стъпка се намира в тясна взаимовръзка с дефинирането на проблема. Цялостното и задълбочено изследване на проблема е предпоставка за правилното определяне на целите. Целите трябва да бъдат реалистични, конкретни и да посочват ясно и изчерпателно какво се преследва с извършването на оценката. Правилно дефинираният проблем и разбирането на текущата ситуация следва да послужат за определянето реалистични и адекватни цели, които да отговорят на въпроса: „Какво е бъдещото състояние, към което се стремим, предвид съществуващия/те проблем/и“. Само ако целите или бъдещото целено състояние са правилно определени, могат да бъдат разработени подходящите варианти за действие, които да доведат до оптимално разрешаване на проблема от всички гледни точки – на засегнатите и заинтересованите страни, на държавата и обществото като цяло. На този етап са изведени общи формулировки за целта на всяко едно предложение за изменение или допълнение на нормативен акт в сферата на туризма и на всяка една препоръка към администрацията.
- Разглеждане на възможни мерки за постигане на целта - понякога дори на този ранен етап естеството на проблема и неговите причини могат ясно да насочват вниманието към специфичен вид интервенция. В други случаи изборът може да не е толкова ясен. Важно е да не се елиминират потенциално ефективни начини за справяне с проблема, само защото са непознати или защото изглеждат по-трудни за изпълнение.
- Очаквани положителни и отрицателни въздействия от формулираните предложения.

Източници на данни и информация

Използваните от нас източници на информация са:

1. Българско и европейско законодателство в областта на туризма ;
2. Законодателство в областта на туризма в Австрия, Хърватия, Дания, Гърция и Финландия;
3. Проучвания в интернет;
4. Изследвания;
5. Интервюта с прилагащите нормативния акт заинтересовани страни, било като лица, заемащи публични длъжности, или като частни лица;
6. Доклади на различни органи и институции - национални и международни;
7. Академични статии и студии;
8. Статии и мнения на неправителствения сектор;
9. Наръчници с препоръки и добри практики;



10. Стратегии, секторни и междусекторни анализи;
11. Експертни становища;
12. Секторни политики;
13. Резултати от обществени обсъждания;
14. Други.

III. Проучване на законодателните решения в пет страни членки на ЕС и региона на Балканите

1. Австрия

1.1. Нормативни актове в сферата на туризма

На национално равнище:

- Търговски закон;
 - Закон за работното време, в сила от 1 юли 2019 г.;
 - Закон за почивките и отпуските, в сила от 01 януари 2018 г.;
 - Закон за трудовата заетост;
 - Закон за защита на потребителите, в сила от 1 септември 2019 г.;
 - Закон за оценка на въздействието върху околната среда, в сила от 01 януари 2018 г.
- законодателство в областта на фискална система, вътрешна сигурност, финансиране на туризма, туристическа статистика, международни договори в областта на туризма, правно-информационна система на Република Австрия (RIS).

На ниво федерални провинции: туристически закони и регулации, екологично законодателство и регулации, регионално планиране, инфраструктурни въпроси, финансиране на туризма на ниво провинция.

1.2. Административни и териториални организации, отговорни за националния маркетинг и реклама на туризма

Съгласно Австрийската Федерална конституция, деветте федерални провинции (Länder) притежават законодателните и изпълнителни компетенции по въпросите на туризма. Туризмът е типична междусекторна индустрия, спрямо която са приложими както федералните, така и Европейските закони. През 2006 г. Австрийският парламент учредява Парламентарна Комисия по Туризмът.



На национално равнище, туристическата индустрия се управлява от **Федералното министерство на земеделието, регионите и туризма** (“Министерството”).

През 2010 г. министърът изготвя стратегия за туризма, чиято основна цел е стратегическа координация по въпросите на туризма. Тази стратегия по-специално укрепва координацията между националното и регионалните нива в управлението на туристическата индустрия. От януари 2018 г. изготвянето на национална политика в областта на туризма става отговорност на **Федералното министерство за устойчивост и туризъм**, което през януари 2020 г. е преобразувано на **Федералното министерство на земеделието, регионите и туризма**. Новата правителствена програма се фокусира върху подобряване на условията и бизнес средата с цел позициониране на Австрия като конкурентоспособна туристическа дестинация. Това включва намаляване на административната и финансова тежест върху малките туристически фирми, мерки за предотвратяване недостига на персонал и въвеждането на нова цялостна стратегия за туризма. Други мерки в тази насока са укрепването на националния туристически бранд, интернационализацията на пазарите, финансиране, дигитализация, иновации и пр. Синергията между националното и регионалните звена продължава да се засилва конкретно във връзка с промотирането на туристическия сектор.

Органограма на органите и организациите в областта на туризма в Австрия





1.2.1 Взаимодействие и основни области на сътрудничество между националните и регионални организации в областта на туризма и основните организации от частния сектор (браншови асоциации, туристически съюзи, потребителски организации)

Според законодателните и изпълнителни компетенции на туристическите организации в Австрия и хоризонталния характер на организация на самата туристическа индустрия, сътрудничеството е от основополагащо значение. На федерално равнище, Министерството си сътрудничи с други министерства във връзка с отделни казуси. Деветте федерални провинции (Länder), които са отговорни за регионалния туризъм, са тясно ангажирани с т.нар. Стратегическа група в областта на развитието и прилагането на националната туристическа стратегия. Те провеждат редовни консултации с друга перманентно работеща група за Европейски и международен туризъм, както и по други важни въпроси за развитието на туристическия бранш.

Отделно от горното, **Министерството осъществява сътрудничество със следните структури:**

- Австрийската федерална стопанска камара (АФСК) по отношение на финансирането и надзора на АНТО;
- Австрийски национален туристически офис (АНТО) в областта на туристическия маркетинг;
- с Австрийската банка за хотелиерство и туризъм (**ÖНТ**) при финансирането на проекти в областта на туризма, с участието на всички социални партньори (по-специално Австрийската икономическа камара и Австрийската федерация на търговските съюзи) по въпросите на бизнеса, развитието на политиките и стратегията за австрийския туризъм (например при провеждането на специфични инициативи в областта на образованието и обучението, въпроси, свързани с туристическата мобилност и пр.).

Други участници, обвързани със сътрудничество в областта на туризма, са маркетинговите организации на отделните федерални провинции, Австрийската хотелиерска Асоциация (**ÖНV**) и Австрийската асоциация на туроператорите (**ÖRV**). Провеждат се и консултации с други участници по отделни въпроси.

1.3. Австрийски организации и асоциации в областта на туризма

1.3.1. Австрийски национален туристически офис (АНТО)

1.3.1.1. История и финансиране

Австрийският национален туристически офис (“АНТО” или на немски “Österreich Werbung”) е националната туристическа маркетингова организация, занимаваща се с туристически маркетинг. Основан е през 1955 г. и се поддържа от Федерално министерство на науката,

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризъм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



изследователската дейност и икономиката и Австрийската стопанска камара (WKO). Същият е финансиран от Федерално министерство на науката, изследователската дейност и икономиката (75%) и Австрийската стопанска камара (25%). АНТО получава финансиране също така и от туристическите бордове на отделните федерални провинции, както и директно от туристическия бранш. След втората световна война Министерството насърчава повторното активиране на туристическата реклама, като създава Агенция за възстановяване на австрийската туристическа индустрия. На 18 ноември 1954 г. по инициатива на министъра Харалд Лангер – Ханзел при министъра на търговията Удо Илинг, Австрийската асоциация за насърчаване на туризма (ÖFVW), действаща от 1955 г., е основана като организация наследник на Austrian Transport Advertising GmbH, която тогава отговаря само за железопътната и пощенската реклама, чийто председател е министърът на икономиката и до днес.

Сдружението се подкрепя финансово от следните членове:

- Федерално правителство (представявано от Министерството - осигурява 60 % от бюджета);
- Деветте федерални провинции (представявани от офиса на съответното държавно правителство – осигуряват 20 % от бюджета);
- Федерална стопанска камара (представявана от секция „Туризъм“, сега дивизия „Туризъм“-осигурява 20 % от бюджета);

Първите клонове са създадени след Втората световна война в Будапеща, Рим, Хилверсум, Париж, Лондон, Ню Йорк, а по-късно са създадени още 15 филиала на пълно работно време в Амстердам, Берлин, Брюксел, Кайро, Франкфурт на Майн, Йоханесбург, Кьолн, Копенхаген, Лондон, Милано, Ню Йорк, Париж, Рим, Стокхолм и Цюрих, както и 31 доброволни представителства (офиси за външна търговия на Федералната стопанска камара).

Клоновата мрежа се променя отново и отново през десетилетията. По времето преди Интернет и електронната поща, клоновете в Берлин, Хамбург, Кьолн, Франкфурт и Мюнхен, а по-късно и в Щутгарт, са били активни в Западна Германия. Желаната интернационализация на притока на гости води до създаването на представителства в Барселона, Мадрид, Милано, Лос Анджелис, Ню Делхи, Дубай, Пекин, Токио и Сидни. След премахването на Желязната завеса са създадени или разширени офиси във Варшава, Прага, Будапеща, Букурещ, Москва и Аграм.

В края на 90-те години две от федералните провинции отказват да съфинансират АНТС. Тогава федералното правителство (с министър на икономиката Мартин Бартенщайн) променя статута на всички федерални провинции и ги превръща в членове на АНТС, с което те се задължават в бъдеще да работят в партньорство със Службата. През 2001 федералните провинции напускат АНТС като членове, като държавата остава член на организацията, представлявана от Федералното министерство на науката, изследователската дейност и икономиката (от 2014 г.),



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

което формира 75% от бюджета на организацията, а другите членове остават Австрийската стопанска камара, осигуряваща 25% от бюджета. На 8 януари 2018 г. името на Министерството е променено на Федерално министерство на цифровизация и бизнес.

Таксите за членство се събират от Федералното министерство на науката, изследователската дейност и икономиката, както и от Австрийската федерална стопанска камара, и възлизат на 32 милиона евро (Министерството – 24 млн. евро, АФСК – 8 млн. евро).

През 2016 г., националната туристическа администрация е разполагала с бюджет от 52 млн. евро. От тях, 22.2 млн. са похарчени за финансова подкрепа на малките и средни предприятия в областта на туризма, като средствата са администрирани от Австрийската банка за развитие на туризма. 24.1 млн. евро са похарчени за годишния бюджет на АНТО и 5.5 млн. евро са разпределени от Министерството под формата на индивидуални субсидии за ко-финансиране на проекти в областта на туризма и различни договори за услуги. Освен това 77.8 млн. евро от средствата на Европейската програма за възстановяване и развитие са предоставени под формата на заеми за малките и средни предприятия в туристическия бранш. Отделно от националния бюджет, всичките девет федерални провинции разполагат със собствени бюджети за реализиране на собствените им национални туристически програми.

1.3.1.2. Организационна структура

Начело на организацията стои управляващият директор (към настоящия момент поста на директор се заема от г-н Петра Столба - на длъжност от есента на 2006 г.). Управляващият директор докладва в три оперативни направления пред две организационни звена:

- **Партньорско управление** – подкрепа на най-важните партньори;
- **Управление на международния пазар** (маркетинг на изходните пазари);
- **Управление на марката**

Персоналът, който се състои от 240 души, е разпределен в две основни направления:

- Стратегия за корпоративно развитие;
- Корпоративни комуникации;

Основните направления се допълват от няколко подкрепящи области:

- Информационни технологии;
- Счетоводство, контрол и човешки ресурси;
- Търговско управление.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Решения за избора на директор и други организационни въпроси се вземат от членовете на организацията

1.3.1.3. Седалище на асоциацията

Седалището на АНТО се намира в правителствена сграда във Виена, която се използва от Федералната канцелария.

1.3.1.4. Цели и стратегия

Основните функции и задачи на АНТО се реализират в следните направления:

- Управление на марката „Почивка в Австрия“ (*Urlaub в Österreich*); Марката прави Австрия отличима като ваканционна дестинация и предава емоционалната добавена стойност от престоя в Австрия;
- Разработване на най-обещаващите международни пазари с иновативен, съвременен маркетинг;
- Изграждане на партньорство с австрийските туристически компании и утвърждаване като важен мрежов център в туризма; Индустрията се възползва от постоянно актуализираните и задълбочени познания на АНТО за гостите и пазарите;
- Провеждане на анализи по държави, теми и целеви групи, които се предоставят редовно в проучвания на страните и чрез проучването на гостите (*Tourism Monitor Austria* (T-MONA)). АНТО се опитва да идентифицира тенденциите в туристическата индустрия на ранен етап, да предприеме подходящи мерки и да предостави на туристическия бранш препоръки за действие.

Марката „Почивка в Австрия“ определя новаторската пазарна стратегия в различните региони и интереси и дава тласък за бъдещето на австрийския туризъм. За да се отговори на постоянно променящите се икономически изисквания на туристическата индустрия, се извършва модифициране на марката по съвременен начин.

Според новите дефиниции на марката дадени от АНТО, марката „Почивка в Австрия“ трябва да бъде стимулираща, вдъхновяваща, изтънчена и грандиозна. Новата рекламна линия (от февруари 2008 г.) подчертава специфичната комбинация от различни аспекти и контрасти, които позиционират Австрия като ваканционна дестинация в необичаен контекст (пътешествие на откритието, „вътрешен съвет Австрия“). Основният слоган на АНТО по това време е „Това трябва да е Австрия“, а през изминалите сезони - „пристигнете и съживете“ („arrive and revive“).

Ключовите компетенции на АНТО обхващат маркетингови проучвания, иновативен маркетинг, както на национално, така и на международно равнище, изграждане на туристически мрежи и информационно брокерство (експертни знания в областта на туристическите трендове, пазари, разработване на туристически продукти). По отношение на международната стратегия,



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



основният фокус е увеличаване на пазарния дял на Австрия на най-обещаващите международни пазари.

1.3.1.5. Регионално сътрудничество

Деветте регионални туристически организации са маркетингови партньори и клиенти на АНТО в различна степен от 2001 г. насам. Един от най-важните клиенти е WienTourismus, който реализира маркетингова дейност на територията на повече от 20 страни. Други важни партньорски организации са Tirol Werbung GmbH and SalzburgerLand Tourismus GmbH.

АНТО функционира като обща платформа за регионалните туристически асоциации, както и за различните браншови организации в сектора на туризма.

1.3.1.6. Международен маркетинг

Днес организацията работи в три целеви области:

- Западна Европа
- Централна и Източна Европа
- В други страни: САЩ, Русия, арабските страни, Индия, Китай и Япония.

Следва да се има предвид, че в Австрия действат паралелно няколко закона за туризма, всеки от които обхваща отделен туристически регион и регламентира организацията, структурата и функциите на съответните органи и институции.

1.3.2. Регионални туристически асоциации

Съгласно разпоредба на Федералната Конституция от 1920 г., туризмът не е от компетенциите на федералното правителство, а на отделните федерални провинции, които имат право да приемат закони за туризма и организират прилагането им в съответните региони. По въпроси, които обхващат повече от един регион, както и по международни въпроси, се произнася Министерство на търговията, а по-късно – Министерство на икономиката, в рамките на националната икономическа политика.

В Австрия действат регионални туристически асоциации в четирите основни области – Горна Австрия, Залцбург, Щирия и Тирол. Туристическите сдружения са корпоративни структури в сферата на публичното право и имат юридическо лице, като туристическите региони обикновено се организират под формата на общностни сдружения или частни фирми. Те се намират в тясно сътрудничество с други регионални туристически организации и Австрийския национален туристически офис (федералната туристическа организация), както и отговорните органи на управление; федерален офис (понастоящем отдел “Туризм и исторически обекти” към Федералното министерство на икономиката, семейството и младежта. С организационната форма е свързана и правната защита на регионалното наименование като търговска марка.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



1.3.2.1. Създаване на туристическа асоциация

Създаването на туристическа асоциация се извършва след изслушване на всички засегнати туристически общности и туристически асоциации, както и държавната туристическа организация с наредба на държавното правителство. В наредбата трябва да се посочи наименованието на туристическата асоциация, за коя туристическа община (и) е създадена и в коя община е базирана.

Туристическите асоциации са отговорни за изпълнението, предлагането и подкрепата на мерки, подходящи за насърчаване на туризма в техния местен район. Те трябва да приведат дейността си в съответствие със стратегията на туристическата политика на съответната провинция. Туристическите асоциации, които са задължени да назначат управляващ директор, трябва да дефинират тази ориентация в концепция за туризъм. В нея трябва да се определят туристическите зони, които ще се развиват, и да се планират необходимите маркетингови мерки. Преди да бъде взето решение, проектът на концепцията, както и всяка следваща промяна или създаване, трябва да бъдат представени на надзорния орган. Той трябва да покани държавната туристическа организация да коментира и уведоми туристическата асоциация за всякакви възражения или предложения в рамките на осем седмици.

1.3.2.2. Туристическа асоциация за регион Горна Австрия (ТАРГА)

От 2018 г. е в сила нов Закон за туризма в Горна Австрия, с който се създава Регионална туристическа асоциация за регион Горна Австрия – юридическо лице (публично дружество), което има право да използва герба на Горна Австрия. Предназначението на Асоциацията е да разработи национална стратегия за целеви пазар и да подготви и внедри комуникация и насърчаване на продажбите на определените целеви пазари; да осъществява непрекъснат надзор, контрол и по-нататъшно развитие.

Регионалната туристическа асоциация има следните **основни функции**:

- непрекъснат надзор, контрол и по-нататъшно развитие на системата от търговски марки в туризма на Горна Австрия и редовно оценяване на потенциала на марката;
- разработване на национална стратегия за целеви пазар;
- разработване на туристически продукти и стратегии за различни дестинации като основа за регионална или надрегионална еднородност на пазарното присъствие по смисъла на туристическата стратегия на страната;
- изпълнение на общонационални задачи в областта на развитието на туризма, както и пазарни проучвания;



- подкрепа на областните туристически организации по въпроси, свързани с персонала, обществените поръчки, информационните и комуникационните технологии, както и субсидиите, за да се използва синергията и да се засили сътрудничеството между туристическите асоциации;
- координиране на интересите на индустрията за туризъм и развлечения в Горна Австрия с други институции и отрасли на национално и международно ниво.

Доколкото това е в интерес на икономиката и целесъобразността, ТАРГА създава дружество с ограничена отговорност, чийто едноличен собственик на капитала е асоциацията. Основното предназначение на дружеството е управление на имуществото на ТАРГА. Управляващият директор на дружеството с ограничена отговорност е длъжен да изпълнява и функцията на управляващ директор на ТАРГА съгласно § 7. Осъществяваните от дружеството дейности се заплащат от ТАРГА.

Регионалната туристическа асоциация за Горна Австрия има следната **организационна структура**:

1. Общо събрание;
2. Стратегически съвет;
3. Управляващ директор.

Общо събрание

Общото събрание на ТАРГА се състои от следните членове с право на глас:

1. представител на държавното правителство, отговарящ за въпросите на туризма като председател или под-председател;
2. по един представител от партиите, представени в държавния парламент;
3. двама представители, изпратени от Търговската камара на Горна Австрия;
4. председателят на стратегическия съвет.

Представителите могат да бъдат отзовани по всяко време от агенциите, упълномощени да ги изпратят, и заменени от други хора.

Председателят представлява Общото събрание в отношенията с трети страни. Той определя своя заместник.

Общото събрание има **следните компетентности**:

1. дефинира корпоративната концепция;
2. назначава управляващ директор по препоръка на Стратегическия съвет;
3. назначава одитор;
4. приема годишните финансови отчети и консолидираните годишни финансови отчети;



5. освобождава от отговорност управителния и стратегическия съвет;
6. потвърждава докладите съгласно § 8;
7. определя бюджета по препоръка на стратегическия съвет;
8. установява процедурен правилник за общото събрание;
9. осъществява надзора върху управлението на Стратегическия съвет;
10. установява процедурен правилник за управлението на туристическите организации на австрийските провинции (регионите) (ЛТО), в които трябва да бъдат определени задълженията за докладване пред общото събрание или стратегическия съвет, както и бизнеса, който изисква одобрението на общото събрание или стратегическия съвет.

Стратегически съвет

Съветът за стратегия на ТАРГА **включва членове с право на глас:**

1. девет представители на държавното правителство, отговорни за въпросите на туризма;
2. трима представители на Търговската камара на Горна Австрия.

Съгласно пар. 1 от закона в Стратегическия съвет, трябва да бъдат включени експерти с квалификацията, необходима за изпълнение на задачи, посочени в параграф 5.

По време на мандата председателят и заместникът председателят се назначават измежду членовете от представителя на правителството на провинцията, отговарящ за въпросите на туризма, след изслушване на Търговската камара на Горна Австрия.

Стратегическият съвет има следните задачи:

1. отправя препоръка до Общото събрание (ОС) относно назначаването на управляващия директор;
2. внася препоръка до ОС относно определянето на бюджета;
3. консултира по стратегически въпроси, свързани с управлението;
4. определя годишния маркетингов план;
5. установява процедурен правилник за Стратегическия съвет.

Управление

По препоръка на стратегическия съвет Общото събрание трябва да назначи лице за управляващ директор на ЛТО.

Мандатът му е ограничен до максимум пет години. Независимо от това, Общото събрание може да отстрани управляващия директор по всяко време преди изтичането на мандата. Управляващият директор ръководи бизнеса и представлява ЛТО. Действията му са обвързани от инструкциите на Общото събрание.



Задължение на ръководството да докладва

Управляващият директор представя периодично доклади по различни въпроси от дейността на Асоциацията пред общото събрание в съответствие с процедурния правилник, издаден за ръководството.

Туристическата асоциация за регион Горна Австрия осъществява контрол и надзор над общинските туристически асоциации, функциониращи на територията на региона.

Задачи на туристическите асоциации и общини

Туристическите сдружения трябва да създадат и реализират туристическа концепция, подходяща за техния район на сдружение, като вземат предвид държавната туристическа стратегия, като я оценят и доразвият в съответствие с фокуса на стратегията. По-специално трябва да се предвиди активно сътрудничество между туристическата асоциация и държавата, ЛТО, другите туристически асоциации и общините.

Туристическите асоциации отговарят за следните задачи, като вземат предвид държавната туристическа стратегия:

- туристически маркетинг на целевите пазари, свързани с туристическата асоциация, по-специално управление на информация и комуникация, както и текущият преглед на маркетинговите мерки за техния успех;
- развитието на туристически продукти и услуги, особено чрез участието и координацията на членовете и публичните институции;
- предоставяне на услуги за гости и членове;
- насърчаване на разбирането на населението за макроикономическото значение на туризма;
- координация на инфраструктурата за обществено развлечение;

Туристическите асоциации имат за задача да оптимизират своите ресурси чрез проекти за сътрудничество и мерки за финансиране (на щатски, федерален и Европейски съюз) и да използват възможно най-добре услугите за подкрепа, предлагани от ЛТО в областта на персонала, обществените поръчки, проучването на пазара, информационните и комуникационни технологии, както и субсидиите, за да постигнат синергия и да се засили сътрудничеството между туристическите асоциации. За институции на територията на туристическа асоциация, които са от особено туристическо значение и които не обслужват предимно общински цели, се разрешава субсидия от съответната туристическа асоциация за насърчаване и подкрепа,



доколкото управлението и поддръжката на базите за отдих от особено значение за атрактивността на региона не се гарантира от друго юридическо лице.

Органите на регионалните туристически асоциации са:

- Общо събрание
- Надзорен съвет
- Управляващ директор

2. Република Хърватска

2.1. Нормативни актове в сферата на туризма

Основните нормативни актове, които регламентират хърватския туризъм, са следните:

- **Закон за туристическите бордове и насърчаване на Хърватския туризъм NN 52/19, 42/20, в сила от 01.01.2020 г. (ЗТБНХТ);**
- **Закон за членските вноски в туристическите бордове NN5219, в сила от 01.01.2020;**
- **Закон за националната статистика** – най-общо дефинира задълженията на институциите, отговорни за извършването на статистически проучвания и анализи, както и оторизираните органи за изготвяне и подаване на доклади, обобщаващи данните от статистическите проучвания;
- **Закон за търговията в сферата на туризма** – регламентира различните видове търговски дейности;
- **Закон за търговията с кетъринг услуги** – регламентира кетъринга и дейностите по настаняване;
- **Закон за данъчното облагане на дейностите по настаняване;**
- **Месечен бюлетин относно туристическите настанявания и нощувки** – Методология;
- **Регулации относно класификацията и категоризацията на морския туризъм;**
- **Регулация на типовете и категориите морски плавателни съдове, предназначени за морски туризъм.**

2.2. Административни и териториални организации, отговорни за националния маркетинг и реклама на туризма

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



В Република Хърватска се прилага модел на организация и управление на дестинацията, която урежда системата на туристическите бордове, структурата, задачите и начина им на работа, както и основните принципи на тяхното функциониране и управление.

Хърватските туристически бордове работят на принципа на управление на дестинацията и са създадени с цел насърчаване и развитие на туризма в Република Хърватска и икономическите интереси на юридическите и физически лица.

При извършване на промоционални дейности в страната и чужбина, туристическите бордове използват логото на Хърватския туризъм, което се определя с решение на Хърватския туристически борд.

За да се разбере моделът на организация на туризма в Хърватска, както и целите и предимствата на този модел, е необходимо да се обясни правната рамка, регулираща организацията, развитието и функционирането на туристическия бранш в страната.

2.2.1. Система на туристическите бордове:

Законът за туристическите бордове и насърчаване на Хърватския туризъм, NN 52/19, в сила от 01.01.2020 г. (ЗТБНХТ) урежда услугите в сектора на туризма, начина и условията за предоставяне на такива услуги, договори за пакетни пътувания и договори за свързани организирани пътувания, както и права и задължения на търговците и пътниците, произтичащи от такива договори. **Законът транспонира в правната система на Република Хърватия:**

1. Директива 2006/123 / ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 г. Относно услуги на вътрешния пазар (ОВ L 376, 27.12.2006 г.).
2. Директива (ЕС) 2015/2302 на Европейския парламент и на Съвета от 25 ноември 2015 г. Относно пакетни пътувания и свързани с тях пътнически договорености за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 и Директива 2011/83 / ЕС на Европейския парламент и на Съвета за отмяна на Директива на Съвета 90/314 / ЕИО (ОВ L 326, 11.12.2015 г.) (наричано по-долу: Директива (ЕС) 2015/2302.

Чл. 4 от Закона дава определение на “**туристически борд (съвет)**” като *организация, работеща на принципа на управление на дестинацията и създадена с цел насърчаване и развитие на туризма в Република Хърватия и икономическите интереси на юридически и физически лица, предоставящи кетъринг и туристически услуги или извършващи други дейности, пряко свързани с туризма. Туристическите бордове управляват дестинацията на нивото, за което са създадени.*

В **чл. 2, ал. 2** от Закона е регламентирана легалната дефиниция на понятието: “**организация за управление на дестинациите**”, която се дефинира като *организация, обединяваща*



заинтересовани страни от публичния, частния и гражданския сектор с цел стратегическо и оперативно управление на дестинацията и реализиране на обща, предварително договорена визия. Самата “**туристическа дестинация**” (чл. 2, ал. 2) е дефинирана като: *пазарна и туристически валоризирана пространствена единица, която представлява целта на туристическото пътуване и включва площта на една или повече единици на местно или регионално самоуправление.*

Принципът на управление на дестинациите предполага туристически дейности на заинтересованите страни в рамките на целенасоченото бизнес сътрудничество, за да се създаде интегриран и конкурентен продукт на дестинацията.

При осъществяване на промоционални дейности в страната и в чужбина туристическите бордове използват логото на хърватския туризъм, което се определя с решение на Туристическия съвет на Хърватския национален туристически борд (чл. 4, ал. 2).

Разпоредбите на чл. 5, ал. 1, т. 1 – 4 определят, че системата на туристическите бордове се състои от:

- 1. Местен туристически борд**, създаден като местна организация за управление на дестинации за района на една или повече местни държавни единици, острови, ривиера и други държавни единици;
- 2. Регионален съвет по туризъм**, създаден като регионална организация за управление на дестинациите за региона на едно или повече регионални самоуправления;
- 3. Туристически съвет на град Загреб** за областта на гр. Загреб;
- 4. Хърватски национален туристически борд** за територията на Република Хърватия.

Когато туристическите бордове са създадени за района на няколко звена на местно самоуправление, те се ръководят от принципа на регионална принадлежност към един регионален туристически борд (чл. 5, ал. 3).

Органограма на органите и организацията в областта на туризма в Хърватия



www.eufunds.bg



Глава I на закона обхваща основни разпоредби - предмет, основни принципи на работа на туристическите бордове, легални дефиниции на ключови термини, интерпретация на термините, правосубектност и отговорност на организациите в сферата на туризма.

Основните принципи на работа и дейност на туристическите бордове са уредени в чл. 10 и чл. 11 от закона. Те са определени както следва:

- (1) Работата на туристическите бордове се основава на принципа на общата ползност.
- (2) Туристическият борд не може да извършва стопански дейности.

Законът определя следните **изключения от забраната за извършване на стопанска дейност:**

1. да управлява публичната туристическа инфраструктура, предоставена за управление от местни или регионални самоуправляващи се единици, Република Хърватия, публични органи, публични институции или юридически лица, чийто основател или мажоритарен собственик е местно или регионално самоуправление или Република Хърватия;
2. да организира събития и представления, които допринасят за туристическата идентичност на дестинацията;
3. да публикуват търговски реклами в своите цифрови онлайн и офлайн комуникационни канали и сключват спонсорски споразумения с цел финансиране на задачи;
4. да организира професионални срещи и обучения;
5. да предоставя услуги чрез туристическите информационни системи и извършва пазарни и други изследвания и анализи, предназначени за търговска употреба;
6. да изпълнява други задачи и задължения във връзка с развитието на туризма и дестинациите, които не са в противоречие с този закон и други разпоредби.

Съгласно **пар. 4 от Закона** туристическият борд не може да има дял в капитала на търговско дружество.

Като изключение от това правило, **пар. 5** определя, че туристически борд може да придобие дял в капитала на дружество, ако това е легален начин за уреждане на иск в производство по несъстоятелност или други производства, проведени съгласно специални разпоредби.

Министърът предписва с наредба какво се счита за публична туристическа инфраструктура.

Основният принцип съгласно чл. 11 е публичност на работата. Публичността на работата се осигурява и осъществява по начина, предвиден в закона и устава на туристическия борд.

Чл. 13–чл. 14 регламентират органите на туристическите бордове, които по същество и основни функции са еднакви за различните организации, намиращи се на различни нива от



системата – Събрание, Туристически съвет и Председател на Туристическия съвет. Мандатът на членовете на Туристическия съвет и Председателя е с продължителност 4 години.

Чл. 14- чл. 16 регламентират структурата и управленските правомощия на Асамблеята (Събранието) на туристическия борд - приема устава и правилника за дейността на борда, взема решение за избор и освобождаване на членове, приема годишна работна програма по предложение на Туристическия съвет и издава доклад за изпълнението ѝ, контролира дейността на Туристическия съвет и пр. Паралелно с това събранието има и определени надзорни правомощия.

Изпълнителният орган на туристическия борд е **Туристическият съвет (чл. 1-19)**, който изпълнява решенията на Асамблеята и се отчита пред него, предлага на събранието годишна работна програма и отговаря за изпълнението ѝ, управлява имуществото, назначава и освобождава директора, определя границите и правомощията за представителство на ТС и пр.

Глава II е посветена на **местните туристически бордове** – създаване, седалище (чл. 27), членове (задължителни членове (чл. 29) и доброволни (чл. 30), сътрудничество с органите на местно самоуправление (чл. 26), заплащане на членски внос в местните туристически бордове (чл. 31), основни задачи като разработване на туристически продукт, управление на инфраструктурни обекти, производство и разпространение на информационни материали, участие в стратегически маркетингови проекти и мн.др.

Специфично за хърватския туристически модел е задължителното членство в местните туристически бордове, чиято основна функция е развитието на определена дестинация като самостоятелен туристически продукт. Териториалните нива на туристически организации – местни, регионални, национална, са вписани в единна централизирана система от зависимости и връзки, представляваща йерархична пирамидална структура, на върха на която стои Министерството, а непосредствено под него – Хърватският национален туристически борд.

Чл. 29 от ЗТБНХТ регламентира следните **разпоредби относно задължителното членство**:

(1) Задължителни членове на местния туристически борд са всички юридически и физически лица, които имат седалище или клон, предприятие, съоръжение, в което се предоставят услуги и други подобни (наречени по-нататък: бизнес единица) или пребиваване в района, за който е създаден местният туристически борд, и които постоянно или сезонно генерират доход чрез предоставяне на кетъринг услуги и услуги в туризма или извършват дейност, която се възползва от туризма или чиито доходи са засегнати от туризма.

(2) Дейностите по ал. 1 на този член се определят със специален правилник, уреждащ членския внос в туристическите бордове.



(3) Задължителното членство в местен туристически борд започва в деня на създаването на туристическия борд или в деня на започване на дейността на юридическо и физическо лице в района, за който е създаден местният туристически борд.

(4) Задължителното членство в местния туристически борд не се влияе от временното спиране на дейността, нито от сезонното изпълнение на дейността.

(5) Задължителното членство в местния туристически борд се прекратява: при прекратяване на туристическия борд, прекратяване на законна или смърт на физическо лице и частична или пълна загуба на правоспособност на физическо лице, прекратяване на стопанска единица, смяна на седалището или промяна на местоживеенето на физическо лице, като престанат да генерират доходи чрез предоставяне на кетъринг услуги или услуги в туризма или извършване на дейност, която се възползва от туризма, или чийто доход туризмът има влияние.

(6) Задължителните членове на местния туристически борд или техни представители могат да избират и да бъдат избирани в органите на туристическия борд.

Разпоредбите на **чл. 34-36** регламентират състава и функциите на органите на местния туристически борд – Общо събрание и Съвет.

Глава III от Закона регламентира **Туристическия съвет на град Загреб** (чл. 36), който е създаден за района на столицата на Република Хърватия, с цел реализиране и популяризиране на туристическите забележителности и идентичности на столицата, повишаване на качеството на туристическото предложение, неговото популяризиране и извършване на промоционални дейности в страната и в чужбина.

Членовете на Хърватския национален туристически борд са регионалните туристически бордове и Туристическият борд на град Загреб.

Глава IV регламентира следващото звено в системата на туристическите бордове, а именно – **регионалния туристически борд**, който се създава за района на едно или повече звена на регионално самоуправление. Учредителите на регионален туристически борд са неговите членове.

Възможно е да се създаде регионален туристически борд за района на няколко регионални самоуправляващи се звена. В този случай, събранията на вече създадените регионални туристически бордове са длъжни да вземат решение за прекратяване на съществуващите регионални туристически бордове в деня на регистрацията на новия регионален туристически борд.

Инициативата за създаване на регионален туристически борд за района на няколко звена на регионално самоуправление се дава от регионалните туристически бордове или окръжните префекти в тази област.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Седалището на регионалния туристически борд е на мястото на седалището на звеното за регионално самоуправление.

Задачите на регионалния туристически борд са подробно уредени в **чл. 38** от закона и са аналогични на тези на местния туристически борд, като се отнасят за едно или повече звена на регионално самоуправление. Те са свързани със стратегическо развитие и планиране, участие в разработване на стратегически документи и планове, маркетинг, управление на качеството - определяне на норми, критерии и етикети за качество на туристическите продукти на ниво регион; управление на публичната туристическа инфраструктура; провеждане на публични търгове за отпускане на безвъзмездни средства за събития от местно значение, подкрепа за туристически бордове в слабо развити туристически райони и подкрепа за проекти на туристически инициативи и продукти в слабо развити туристически райони в региона; провеждане на обучения и повишаване на компетентностите на служителите в системата и заинтересованите; страни от туристическия сектор в региона; надзор и координация на местните туристически бордове; сътрудничество с ключови партньори и други региони и туристически общности от всички нива, за да се развие предлагането на ключови регионални и междурегионални туристически продукти; наблюдение и подкрепа на кандидатурата на публични туристически проекти за национални източници на съфинансиране и източници на съфинансиране от Европейския съюз в сътрудничество с други заинтересовани страни от региона и местни туристически бордове; стартиране и управление на инициативи за разработване и подобряване на ключови туристически продукти в региона; пазарни проучвания, подготовка на туристически рекламни материали и разработване на туристически продукти; създаване на електронна система за бизнес проучвания и научни изследвания на ниво регион; осъществяване на стратегически маркетингови дейности за региона – брендиране на регион, създаване и поддържане на уебсайтове и профили в социални мрежи, панаири, учебни пътувания, презентации, партньорства, спонсорство и др.

Съгласно **чл. 39, ал. 1** от закона, членове на регионалния туристически борд са местни туристически бордове, съществуващи на територията на този регион. Разпоредбата на ал. 2 предвижда, че ако на територията на регионалния туристически борд не е създаден местен туристически борд, разпоредбите относно членство в местния борд се прилагат по отношение на членството в регионалния туристически борд. Всеки местен туристически борд е длъжен да излъчи поне един представител в общото събрание на регионалния туристически борд.

Членове 40 – 42 уреждат съставът и правомощията на Събранието и Туристическия Съвет на Регионалния туристически борд. Те са аналогични на описаните по-горе за органите на туристическите бордове, с някои специфики, характерни за региона като териториална единица, за която отговарят.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Надзорът на финансовите операции на туристическите бордове е уреден в чл. 65 от Закона:

Надзорът върху финансовите операции на туристическите бордове се извършва от Министерството на финансите, в съответствие със специална наредба за финансовите и счетоводни операции на организации с нестопанска цел.

Глава V урежда структурата, функциите и правомощията на Хърватския национален туристически борд.

2.3. Хърватски национален туристически борд

2.3.1. Правосубектност и отговорност (чл. 43, ал. 1 от ЗТБНХТ):

Хърватският национален туристически борд (на Хърватски "Hrvatska turistička zajednica") е националната туристическа организация на Република Хърватска, основана с цел създаване и промотиране на хърватския туризъм на национално и международно равнище, планиране и прилагане на обща стратегия и концепция за неговото популяризиране, предлагане и изпълнение на промоционални дейности в страната и в чужбина от общ интерес за всички туристически субекти, повишаване нивото на качеството на цялото туристическо предложение на Хърватия. Министърът на туризма е председател на ХНТБ служебно, като отделно бордът има директор, който осъществява оперативното ръководство. Националният туристически борд на Хърватия е регламентиран от новия Закон за туристическите бордове и насърчаване на Хърватския туризъм NN 52/19, 42/20, в сила от 01.01.2020 г., който отменя предходния Закон за туристическите бордове и насърчаване на Хърватския Туризъм от 15 декември 2008 г.

2.3.2. Задачи на Хърватския Национален Туристически Борд (чл. 45):

1. Създаване, управление и укрепване на разпознаваема туристическа марка на Република Хърватска;
2. Маркетинг на туризма на национално ниво (например промотиране чрез онлайн и офлайн канали, панаирни изяви, работни срещи и специални презентации, организиране на учебни пътувания, съвместни промоционални дейности и др);
3. Изпълнение на стратегически маркетингови проекти с цел постигане на стратегически цели;
4. Приемане на стратегически оперативен маркетингов план за хърватския туризъм;
5. Участие в разработването на стратегия за развитие на хърватския туризъм;
6. Координация на дейности с регионални туристически общности за целите на маркетингово планиране;
7. Сътрудничество с регионални туристически бордове за целите на подобряване на инфраструктурата и транспортната достъпност на Република Хърватия като туристическа дестинация;
8. Сътрудничество с ключови партньори и други национални туристически организации и

www.eufunds.bg



международни асоциации;

9. Подобряване на репутацията на позицията на хърватския туризъм на международния туристически пазар;
10. Създаване на система за управление на качеството;
11. Създаване на ефективен механизъм за измерване и наблюдение на ефективността на промоционалните дейности, извършвани на всички нива;
12. Дейности в областта на проучване на туристическия пазар;
13. Разработване и позициониране на туристически продукти в съответствие с валидните стратегически документи на хърватския туризъм;
14. Организиране на обучения и работни срещи с цел повишаване на професионалния капацитет;
15. Разработване на системата eVisitor и други туристически информационни системи, както и системи за бизнес проучвания на национално ниво и вертикална интеграция на информационните системи на всички нива;
16. Редовно отчитане на постиженията на туристическия сектор (на сезонна и на годишна база) чрез доклади, публикации, графики и др;
17. Създаване, координация и надзор на представителствата в чужбина;
18. Организация, подбор и връчване на годишните хърватски туристически награди;
19. Провеждане на публични търгове за набиране на безвъзмездни средства за организация на събития от национално и регионално значение, подкрепа за регионални туристически бордове и слабо развити туристически региони;
20. Участие и партньорство в проекти, финансирани от фондове на Европейския съюз и други публични източници на финансиране;
21. Други задачи, предписани от закона или правилника.

2.3.3. Събрание (Асамблея) на Хърватския национален туристически борд (ХНТБ)

Съгласно чл. 47 от ЗТБНХТ, Събранието на Хърватския туристически борд се състои от председателя на ХНТБ и представители на регионалните туристически бордове и Туристическия съвет на гр. Загреб.

Всеки регионален туристически борд излъчва по двама представители в Асамблеята на Хърватския национален туристически борд и още един представител за всеки 5% дял в дохода от общите годишни приходи на Хърватския Национален Туристически Борд от туристически данък и членски внос. Делът в дохода се изчислява според дохода през годината, предшестваща изборното събрание (чл. 47, ал. 2).

2.3.3.1. Компетентност на Асамблеята на ХНТБ

Компетенциите на Асамблеята са уредени на две различни места в закона, свързани помежду си



с препаращащи норми. Общите правомощия на Асамблеята са посочени в чл. 15 и 16 от ЗТБНХТ и са класически функции, присъщи на Общо събрание на национален орган:

1. Приема Устава на ХНТБ;
2. Приема процедурния правилник на събранието;
3. Взема решение за избора и освобождаването на членове;
4. Приема годишната работна програма;
5. Издава отчет за изпълнението на работната програма;
6. Взема решение по докладите, издадени от туристическия съвет;
7. Контролира дейността на борда;
8. Взема решения по други въпроси, когато това е предвидено в закон или правилник;
9. Осъществява надзор върху дейността на Туристическия съвет – делата, финансово-отчетните операции и разпореждането с материални редства; надзирава изпълнението на работната програма на съвета.

В същото време Асамблеята е натоварена и с допълнителни функции, **специфични за дейността** (по силата на чл. 48, т. 1-3 от ЗТБНХТ):

1. Създава представителства и клонове в чужбина;
2. Обявява обществена поръчка за изработване на стратегически маркетингов оперативен план за хърватския туризъм и взема решение за изпълнител на обявената поръчка;
3. Приема стратегическия маркетингов оперативен план за хърватския туризъм.

Асамблеята (събранието) осъществява и дейности по надзор, които са регламентирани в Глава **III (чл. 60)** – „Надзор“ от ЗТБНХТ:

2.3.3.2. Надзор от Асамблеята на туристическия борд

Събранието на туристическия борд осъществява професионален надзор върху работата на туристическия борд в съответствие с правомощията му, посочени в чл. 16 от закона.

(2) Събранието на туристическия борд може да възложи на независим одитор да извършва надзора, посочен в параграф 1 от този член. Асамблеята на туристическия борд, чийто общ доход възлиза на повече от 3 000 000,00 HRK, е длъжна да възложи на независим одитор да извърши надзора, посочен в параграф 1 от настоящия член.

(3) Независимият одитор, посочен в параграф 2 от този член, извършва надзор в туристическите бордове въз основа на разпоредбите на този закон и в съответствие с разпоредбите на специалните разпоредби, уреждащи работата на независимите одитори.

(4) Независимият одитор по ал. 2 представя на събранието на туристическия борд доклад за



установената ситуация.

(5) Въз основа на надзора, посочен в алинея 1 от този член, събранието на туристическия борд издава заключение и становище относно надзора и при необходимост разпорежда мерки за отстраняване на установените нередности.

(6) Заключение и становището и заповедите на събранието на местния туристически борд, въз основа на надзора по ал. 1 на този член, се представят на регионалната туристическа общност и заедно с доклада за изпълнението на работната програма се предават на Министерството и на Хърватския национален туристически борд.

(7) Заключение и становищата и заповедите на Асамблеята на Хърватския туристически борд, в резултат на осъществяване на надзора, се представят на Министерството и комисията на хърватския парламент, отговорни за туризма, заедно с доклада за работната програма.

(8) Туристическият борд е длъжен да публикува заключението и становището за осъществения надзор, на своя уебсайт и да го направи постоянно достъпен.

(9) Министерството може да разпорежда събранието на туристическия борд да извърши надзора по ал. 1 на този член, като в този случай събранието на туристическия борд представя на Министерството доклад за извършения надзор.

(10) В случай, че при осъществяването на експертен надзор, Асамблеята установи, че има неправомерности или нередности, тя предприема мерки с цел отстраняване на наблюдаваните незаконности или нередности, и по-специално:

1. разпорежда мерките, които трябва да бъдат предприети за отстраняване на установените нередности, като определи подходящ срок за това;
2. разпорежда инициране на процедура за определяне отговорността на служителите на туристическия борд;
3. предприема други предписани мерки.

Освен Общото събрание (Асамблеята), дейности по надзор се осъществяват и от **Министерството на туризма** (чл. 61 от ЗТБНХТ)

(1) Министерството контролира прилагането на разпоредбите на този закон и наредбите, приети въз основа на този закон.

(2) Министерството по правило извършва надзора, посочен в ал. 1 на този член, въз основа на документацията, поискана от туристическия борд, както и документацията, предоставена му от събранието на туристическия борд.

(3) Министерството е длъжно да създаде независима вътрешна организационна единица, която да извършва надзора.

Съгласно разпоредбата на чл. 62 от закона:

(1) При осъществяване на надзора Министерството може да изиска от туристическия съвет доклади, данни, материали и друга информация.



(2) Туристическите бордове дават възможност на Министерството да извършва надзор и да представя или изготвя точни и пълни доклади, данни и други материали и информация, посочени в параграф 1 от този член, както и пряк поглед върху дейностите.

Процедурата по осъществяване на надзора от страна на Министерство на туризма е разписана в чл. 63 от закона:

Ако при осъществяването на надзора Министерството установи, че има неправомерности или нередности, то предприема мерки за тяхното отстраняване, а именно:

1. Разпорежда мерките, които трябва да бъдат предприети за отстраняване на установените незаконности или нередности, и определя подходящ срок за това;
2. Разпорежда инициране на процедура за определяне отговорността на служителите на туристическия борд;
3. Предприема други предписани мерки.

Надзорът се реализира в две основни направления (Мерки за наблюдения и надзор на финансовите операции).

Мерките за наблюдение са подробно регламентирани в чл. 64 от закона:

(1) Ако при осъществяване на надзора по чл. 61, ал. 1 от закона, се установи, че надзираваният туристически борд действа в противоречие с разпоредбите на този закон, Министерството може да разпреди на надзорния туристически съвет да иницира освобождаване на директора на туристическия борд и членовете на надзорния туристически борд.

(2) До приключване на процедурата по уволнение по ал. 1 компетентният орган постановява временна забрана за осъществяване на дейност от лицето, срещу което е образувана процедурата, в срок от осем дни от деня на откриване на процедурата по уволнение.

(3) Ако надзорът по чл. 61, ал. 1 установи, че средствата не се използват целенасочено в надзорния туристически борд, в съответствие с работната програма и финансовия план или ако работната програма и финансовият план не се изпълняват, Министерството може да разпреди временно заповед за средствата на надзиравания туристически борд, докато причините за налагането му престанат да съществуват.

(4) Заповедта, посочена в параграф 3 от настоящия член, се представя в компетентния клон на Финансовата агенция.

2.3.4. Туристически Съвет (ТС)

Чл. 49 определя персоналната структура на ТС, който по своята същност представлява Управителен съвет на Борда, както следва:

Туристическият съвет на Хърватския национален туристически борд се състои от 13 членове-



Председател и 12 членове, 8 от които се избират от Асамблеята на ХНТБ, 2 се делегират от Министерство на туризма и по един член се излъчва от Хърватската търговска камара и Хърватската търговско-занаятчийска камара.

2.3.4.1. Юрисдикция на Туристически Съвет

Правомощията на управляващия орган са уредени чрез система от препращащи норми. Чл. 18 от закона урежда функциите, които са есенциално характерни за изпълнителен орган с дейности по оперативно управление, както следва:

1. Изпълнява решенията и заключенията на Асамблеята;
2. Предлага на Асамблеята годишната работна програма и доклада за изпълнението на годишната работна програма;
3. Управлява имуществото на ХНТБ;
4. Приема актове за работата и функционирането на професионалната служба на ХНТБ;
5. Назначава и освобождава директора;
6. Определя границите и правомощията за представителство и разпореждане с финансови средства;
7. Упълномощава представителство, в случай че директорът е възпрепятстван;
8. Приема правилник за работата си;

Въз основа на чл. 49, ал. 1, т. 1-3 от закона, Съветът е натоварен с допълнителни, специфични за дейността, правомощия, както следва:

1. по предложение и с предварително съгласие на директора на ХНТБ назначава директори на представителства и ръководители на клонове в чужбина въз основа на обществена поръчка за период от 4 години;
2. определя марката на хърватския туризъм при осъществяване на промоционални дейности в страната и чужбина;
3. изпълнява други задачи.

Съгласно чл. 49, ал. 2 от ЗТБНХТ, Туристическият съвет на Хърватския туристически борд се свиква най-малко веднъж на 3 месеца, както и при поискване на 1/3 от членовете му.

2.3.5. Директор на ХНТБ

Директорът стои начело на Съвета и отговаря за представителството и дейностите по осъществяване на оперативно и функционално управление. Съгласно разпоредбата на чл. 52 от ЗТБНХТ, правомощията му включват представителство на Съвета, организиране и ръководене



на оперативната дейност, изпълнение решенията на Съвета и отговорност за законността на дейността му. Той отговаря за дейността си пред Председателя на ХНТБ и Асамблеята. Министърът на туризма е служебно председател на ХНТБ. Директорът отговаря на определени професионални изисквания, като отделно от това полага професионален изпит пред Комисия, назначена от Министерство на туризма. Уставът определя кои от решенията си директорът може да взема самостоятелно и кои – със съгласието на Председателя на ХНТБ. Директорът се назначава на поста за период от 4 години.

2.3.6. Представителства и клонове на Хърватския национален туристически съвет

Член 51 от закона определя системата на представителство на ХНТБ извън пределите на Република Хърватия, както следва:

- (1) Асамблеята на Хърватския туристически борд може да създаде представителство и / или клон за един или повече чуждестранни пазари.
- (2) Представителството се управлява от директора на представителството, а клонът от ръководителя на клона. Трудовото правоотношение на директора на представителството и ръководителя на клона се прекратява по силата на закона с изтичането на срока.
- (3) Решението за формата, седалището, площта и начина на работа на представителството и клона се взема от Туристическия съвет на Хърватския национален туристически борд.
- (4) Представителството и клонът на Хърватския национален туристически съвет в чужбина изпълняват основно **следните задачи:**

1. оперативно проучване на външния пазар и установяване и поддържане на бизнес отношения с пазарни партньори, за които отговарят представителството и клонът (туроператори, туристически агенции, превозвачи и др.), свързани със стратегически проекти и други промоционални дейности в чужбина;
2. оперативна подкрепа на Хърватския национален туристически съвет при изпълнението на дейности, определени от работната програма за текущата година (обща и съвместна реклама, стратегически проекти, изяви на панаири и презентации и др.) на пазара, за който отговарят представителството и клонът;
3. изпълнение на промоционални и други дейности, които са възложени на представителството и клона от годишната работна програма за текущата година
4. изпълнение на други задачи и дейности, по които решението се взема от Туристическия съвет.

Последните глави на Закона (Глава IX и X) се занимават с процедурата за прекратяване на туристическите бордове, както и Преходни и заключителни разпоредби.



2.3.7. Бюджет

Бюджетът на ХНТБ се формира от:

1. Туристическа такса в съответствие със специален регламент, уреждащ туристическия данък;
2. Членски внос в съответствие със Закона за членския внос в туристическите бордове и специална Наредба към него;
3. Приходи от извършване на стопанска дейност – търговската дейност за ХНТБ, както и за регионалните туристически бордове по принцип е забранена с изключение на определени дейности – реклама, организиране на събития и пр., които са изрично и изчерпателно изброени в закона.
4. Бюджети на местни и регионални самоуправления и държавния бюджет;
5. Членски внос на доброволни членове в съответствие с решението на Асамблеята;
6. Доброволни вноски и дарения;
7. Имоти;
8. Фондове на ЕС и др. фондове.

В изпълнение на финансовата програма, Туристическият Съвет може да взема заеми, но без да надвишават 10% от годишните приходи, предвидени във финансовия план. Изключение от тази забрана е допустимо с решение на Туристическия Съвет, одобрено от Председателя на ХНТБ и с гаранция за кредитна задължияност.

Условията, размерът и редът за събиране на членските вноски в туристическите бордове са регламентирана в **Закон за членските вноски в туристическите бордове NN 52/19 в сила от 01.01.2020**. Съгласно чл. 1, предмет на закона е *задължението за плащане на членски внос, основи и ставки, при които членските вноски се изчисляват и внасят на туристическия съвет, начинът на плащане на членски внос, записи, изчисляване и събиране на членски внос и други въпроси, свързани с плащането и разпределянето на членски внос в туристическия съвет.*

Чл. 3 от посочения закон дава определение на членския внос като доход на туристическите бордове, който се разпределя в съответствие с разпоредбите на закона.

2.3.8. Годишна работна програма

Годишната работна програма на ХНТБ трябва да съдържа всички индивидуално определени планирани задачи и необходимите финансови ресурси за тяхното изпълнение. Програмата се приема от Асамблеята, като през годината може да се доработва и изменя. Ако през годината има повече от 5% отклонение от работната програма, туристическия борд е длъжен да направи изменения в нея. Приемането, както и последващи изменения на работната програма се публикуват на сайта на туристическия борд в срок от 8 (осем) дни от приемането им.



В края на текущата година, Съветът е длъжен да приеме доклад за изпълнение на работната програма за предходната календарна година най-късно до месец март на следващата година. Такъв доклад се изготвя от местните, регионалните бордове, както и от ХНТБ – последният представя отчета си пред Министерството - и се публикува на уебсайта на туристическия борд.

2.3.9. Надзор

Надзорът на туристическия борд се осъществява от Асамблеята, като Асамблеята може да възложи надзора на независим одитор, а над определена сума надзорът задължително се възлага на одитор. Заключение от осъществения надзор, се предава на Министерството на туризма и специалната Парламентарна комисия по туризъм към Хърватския парламент. Резултатът от надзора на местния туристически борд се предава на регионалния, а резултатът от надзора на регионалния – на Министерството и ХНТБ. Ако при извършване на експертен надзор, Асамблеята установи, че има неправомерни действия, тя определя и предприема мерки за тяхното отстраняване, както и срок за това, инициира процедура за определяне отговорността на служителите или предприема други предписани мерки.

Надзорът върху финансовите операции на туристическите бордове се извършва от Министерството, отговарящо за финансите, в съответствие със специална наредба за финансите на организациите с нестопанска цел.

2.3.10. Асоциация на туристическите бордове

Сдружаващите се бордове и/или органи на местно самоуправление могат да организират и членуват в Асоциация, която се създава по предложение на министъра на туризма и се одобрява от специално назначена от него комисия.

2.3.11. Туристически Борд на гр. Загреб

Отделно от местните туристически бордове, съществува и Туристически Борд на гр. Загреб, който е създаден с цел популяризиране на туристическите забележителности на столицата и превръщането ѝ в уникална и разпознаваема туристическа дестинация.

2.3.12. Членски внос на туристическите бордове

Чл. 4 определя кръга на лицата, които плащат членски внос:

- Юридическо и физическо лице, което има седалище, местожителство или клон, завод, съоръжение, в което се предоставя услугата и други подобни (наречени по-нататък: бизнес единица), в района на местен туристически борд, създаден в съответствие със закона, уреждащ туристическата система, която постоянно или сезонно генерира доход



чрез предоставяне на кетъринг услуги, туристически услуги или извършва дейност, която се възползва от туризма, или върху чийто доход туризмът има влияние, плаща членски внос в туристическия съвет.

Юридическо лице, което се финансира с над 50% от бюджета на местните и регионалните самоуправления или държавния бюджет, не заплаща членския внос към туристическия борд.

Дейностите, които са основа за плащане на членски внос към туристическия борд, са предвидени в чл. 5 от Закона. Членският внос към туристическия борд се заплаща от юридическо и физическо лице, което извършва следните дейности, т.е. предоставя следните услуги, класифицирани съгласно Националната класификация на дейностите. Дейностите са разпределени в няколко групи, както следва:

Първата група включва:

1. Градски и междуградски пътнически транспорт;
2. Таксиметрови услуги;
3. Други видове транспорт – морски, въздушен и пр.;
4. Хотелиери;
5. Дейности по обслужване на храни и напитки;
6. Застрахователи;
7. Брокери и обменни бюра;
8. Отдаване под наем и лизинг на стоки и услуги за отдих и туризъм;
9. Хазартен бранш;
10. Дейности с недвижими имоти;
11. Рекламни агенции;
12. Развлекателни и тематични паркове;
13. Дейности, свързани с недвижими имоти.

Във втората група се включват:

1. Определени видове транспортни дейности;
2. Електронни комуникации;
3. Наем и лизинг на МПС, оборудване за воден и въздушен транспорт.

Трета група

1. Транспорт и ремонт на превозни средства;
2. Производство на филми и телевизионни програми;
3. Услуги за озеленяване и поддръжка.



Четвърта група

1. Продажби на МПС;
2. Поддръжка на МПС (и мотоциклети вкл. и търговия с резервни части).
3. Издаване на книги, вестници и списания;
4. Разпространение на филми;
5. Дейности по звукозапис и разпространение на музика.

Пета група включва

1. Търговия на едро – със селскостопански храни и напитки; с добитък, тютюн, стоки за бита,
2. Информационно и комуникационно оборудване, и други,
3. Банките, спрямо които се прилага специален режим.

Всяка група заплаща членски внос въз основа на определена ставка, като най-висока е ставката за първа група, а като принципно положение основата за определяне на ставката са доходите на всички лица, отговарящи на посочените по-горе условия, които функционират на територията на общината или региона. Това е правилото за физически лица и юридически лица, а при корпоративни данъкоплатци – основата за изчисление на членския внос е общия доход от извършване на стопанска дейност на корпоративния данъкоплатец, а не само доходите от изрично изброените дейности. Юридическите лица имат право да заплащат членски внос и за други дейности, за които е регистрирано в Търговския регистър, ако дейностите попадат в по-благоприятна за него група и тези дейности са преобладаващата част от занаятието му.

За лицата, които предлагат кетъринг и настаняване в семеен хотел или ферма, основата за заплащане на членския внос зависи от броя на леглата за настаняване и капацитета на мястото. Те заплащат членски внос еднократно, като редът за това е определен в специална наредба.

2.3.12.1. Размер на членски внос

Заплащането на членски внос е уредено в Раздел III – чл. 8 и следващите от закона. Размерът на членския внос, платен от юридическо и физическо лице, зависи от групата, в която се извършва дейността, в която юридическото или физическото лице е ангажирано и от съответната ставка за изчисляване и плащане на членски внос по чл. 6 от закона.

Юридическото и физическото лице, посочено в чл. 1 от закона, може също да заплаща членски внос като прилага тарифата, предписана за дейността, извършвана от юридическото или физическото лице, главно във връзка с други дейности, за които то е вписано в търговския съдебен регистър, търговския регистър или друг регистър върху общия реализиран доход.

Предвидено е изключение относно размера на членския внос, платен от лице, което предоставя кетъринг услуги в домакинство или в семейна ферма. Той зависи от броя на леглата в стая, апартамент или ваканционен дом и броя на единиците за настаняване в лагера според

www.eufunds.bg



капацитета в съоръжението за настаняване от типа „Робинзон”¹ и в съответствие с разпоредбите, регламентиращи извършването на кетъринг дейности.

Юридически и физически лица, посочени в чл. 4, ал. 1 от този закон, които извършват дейности в районите на общини и градове, които се считат за подпомагани райони (I - IV. Група за развитие на местните самоуправления) в съответствие с решението, уреждащо класификацията на единиците на местното самоуправление според нивото на развитие, плащат членски внос, намален с 20%.

Доброволните членове на туристическия борд, определени в съответствие със закона, уреждащ системата на туристическите бордове, заплащат членския внос на местния туристически борд в размер и по ред, предписани от закона.

2.3.12.2. Заплащане на членски внос

Съгласно чл. 9 от Закона, членският внос се заплаща в района на общината или града, където се намира седалището на юридическото лице, а ако няма седалище – в района на общината, където се извършва дейността.

Разпоредбите на закона предвиждат **специални режими за заплащане на членски внос** за определени категории лица. Така например лицата по чл. 10, които се занимават със занаятчийска дейност, плащат месечно авансово плащане на членския внос в размера, получен, когато изчисленият размер на членския внос за предходния данъчен период се дели на броя на месеците от същия период. Като изключение е предвидено, че общото годишно авансово плащане на членски внос може да бъде изплатено еднократно, в рамките на крайния срок за плащане на аванса за месеца, в който е подадена туристическата форма, или най-късно до края на февруари на текущата година) или до края на април на текущата година (корпоративни данъкоплатци).

Съгласно чл. 11 от закона специален режим е предвиден и за физическо лице, което предоставя кетъринг в домакинство или в семейна ферма – същото заплаща годишен членски внос на еднократна сума за всяко легло в стая, апартамент и ваканционен дом, за всяка единица за настаняване в къмпинг и зона за почивка на къмпинг и според капацитета в съоръжение за настаняване, използвано за предоставяне на услуги за настаняване в съответствие с разпоредбите, уреждащи извършването на кетъринг дейности. Годишният еднократен членски внос на лицата, посочени в параграф 1 от този член, може да бъде платен еднократно до 31 юли

¹ “Робинзон” е вид туристически продукт, при който гостите се настаняват в къща, която не притежава удобства и се търси изживяване тип ‘еко’ и в близост до природата. Настаняването от типа Робинзон обикновено се намира в отдалечени заливи или на малки острови и оставя впечатлението за истинска пустиня. Тези къщи обикновено не са свързани с водоснабдителната и електрическата мрежа, но дъждовната вода се събира в казанчета, а електричеството се възпроизвежда от слънцето. В къщата обикновено няма топла вода, а душовете са навън. Всички ресурси трябва да се изразходват рационално, а доставките трябва да се набавят по-рано, защото магазините често са на доста голямо разстояние.



на текущата година или на три равни вноски, като първата вноска е дължима на 31 юли, втората на 31 август и третата на 30 септември на текущата вноска.

В допълнение към предвидения специален режим на плащане, е предвидена и *Наредба за годишния еднократен членски внос на лица, предоставящи кетъринг услуги в домакинството и в семейната ферма и за формулярите на Туристическия борд за плащане на членски внос към туристическия борд.*

Юридическите лица, които извършват дейности, свързани с туризъм, внасят членския внос по специална сметка, от която се извършва разпределение на средствата, при условие че те се разпределят от местните и регионалните туристически бордове според броя на жителите в района, за който са създадени туристическите бордове. ХНТБ също така предоставя средства за слабо развити туристически райони на регионалните туристически бордове, които генерират първоначален доход от туристически данък и членски внос под определена сума годишно, като допълват разликата до тази сума.

В чл. 12, ал. 1 от Закона за членските вноски е предвидено, че дейностите по регистрация, изчисляване и събиране на членски внос от юридически и физически лица се извършват от Министерството на финансите, Данъчна администрация (наричана по-долу: Данъчна администрация). Ал. 2 на същия член пък предвижда, че юридическо или физическо лице внася членския внос по сметката, определена от правилника за приходите за финансиране на други обществени нужди.

От общо платените членски вноски финансовата институция, при която е открита сметката, посочена в ал. 2 от горепосочения член, разпределя 9% по специалната сметка на Хърватския туристически борд (Фонд за слабо развити туристически райони и континент) и 2% по специалната сметка за проекти и програми на съвместни туристически бордове (Фонд за съвместни туристически бордове), а останалите средства се разпределят, както следва:

- ✓ 65% от средствата към местния туристически борд;
- ✓ 15% от средствата към регионалния туристически борд, създаден в съответствие със закона, уреждащ системата на туристическите бордове;
- ✓ 20% от средствата към Хърватския национален туристически борд (ХНТБ).

Предвидено е изключение за местните туристически бордове, които са генерирали първоначален доход под 200 000,00 HRK годишно, според Финансовата агенция за предходната година, 2% от средствата да се разпределят по специална сметка на ХНТБ за проекти и програми на асоциирани туристически бордове, а останалите средства се разпределят, както следва:

- ✓ 80% към местния туристически борд и
- ✓ 20% към регионалния туристически борд.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Юридическите лица, извършващи дейности по чл. 5, ал. 2 от този закон (банките, които имат одобрение за дейността на Хърватската национална банка), също са длъжни да плащат членския внос на туристическия съвет, в съответствие с тарифата за изчисляване и плащане на членски внос.

Друга група данъкоплатци внасят членския внос по специална сметка, от която се извършва разпределението на средствата съгласно параграфи 3 и 4 от този член, при условие че средствата се разпределят на местни и регионални туристически бордове според броя на жителите на общини или градове или окръзи за района, за който са създадени туристически бордове, според официалните данни на Централното статистическо бюро от последното преброяване.

По смисъла на чл. 7, данъчната администрация предоставя на местните туристически бордове, ХНТБ и Министерството, отговорно за туризма, веднъж месечно данни за постъпленията посредством специална информационна платформа – eVistor.

За първоначален доход се считат всички събрани и записани средства по сметките за заплащане на туристически данък и членски внос в местните туристически бордове и разпределени сред потребителите.

Разходите за регистрация, изчисляване и събиране на членски внос възлизат на 3% от събирания членски внос.

ХНТБ предоставя средства от Фонда за слабо развити туристически райони на регионалните туристически бордове, които генерират първоначален доход от туристически данък и членски внос под 500 000,00 HRK годишно като разлика до сумата от 500 000,00 HRK (ч. 12, ал. 6).

ХНТБ организира публичен търг за разпределяне на средства от фонда за слабо развити туристически райони, а регионалните туристически бордове организират публичен търг за разпределяне на средства за местни туристически бордове в слабо развити райони, на които съответните организации участват с проекти, нуждаещи се от финансиране (чл. 10).

Също така ХНТБ предоставя средства от Фонда за асоциираните туристически бордове на членовете на Асоциацията на туристическите бордове въз основа на критерии, предписани в специална Наредба на министъра. Средствата от Фонда за развитие на слабо развити райони се предоставят в срок от 5 години от влизане в сила на Закона за членските вноски в туристическите бордове. След този срок средствата от Фонда се използват за подпомагане на туристически бордове в слабо развитите райони.

Отчитането на данните за събирания членски внос става посредством специални формуляри на туристическия борд, които лицата, плащащи членски внос, са длъжни да попълват и подават към данъчната администрация. Надзорът върху събирането на членски внос се извършва от органите на Данъчната администрация, а когато това е необходимо – в сътрудничество с други органи.

За лицата, които не заплащат своевременно своя членски внос, са предвидени глоби, уредени в чл. 16 – 18 от Закона. Глоби са предвидени също и за лицата, които не предоставят в

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



предвидените срокове формуляри за отчитане на данните за изчисляване на членския внос пред органите на Данъчната администрация, чрез формулярите на туристическия борд или чрез системата eTax. Отделни глоби са предвидени за лицата, стопанисващи и осигуряващи кетъринг услуги в семеен хотел, в домакинство или семейна ферма, както и занаятчиите, които също дължат членски внос, но се подчиняват на специален режим, предвиден в нарочни подзаконни нормативни актове.

В заключение може да се направи следното обобщение относно правната рамка на хърватския туризъм. Промоцията на туризма е отговорност на Хърватския национален туристически съвет (ХНТБ). Министърът на туризма председателства ХНТБ служебно, но той също има изпълнителен директор, който отговаря за ежедневните оперативни дейности на борда. Работата на ХНТБ се контролира от неговия Туристически съвет (един член винаги е от министерството, но има представители на регионални бордове, професионални сдружения по туризъм, промишлеността и Министерството), които редовно се срещат, за да обсъждат актуални проблеми и да подготвят решения.

На регионално ниво, в рамките на окръжната административна служба, обикновено има отдел, отговарящ за туризма и хотелиерството. Окръжни административни служби изготвят класификацията и разрешителните за частни оператори на настаняване, но класификацията на хотели, къмпинги и яхтени пристанища е отговорност на Министерството.

Комитетът по туризъм на хърватския парламент създава и наблюдава прилагането на политиката и процедурите за приемане на законодателство и други разпоредби. Комитетът има правата и задълженията на компетентен орган по въпроси, свързани с: концепцията и стратегията за развитие на хърватския туризъм, създаването на политики за развитие на туризма на Република Хърватия имониторинга на тяхното прилагане, хотелиерство индустриални и туристически дейности и пряко свързани дейности, мониторинг на концесиите в туризма, програми за развитие в туризма от особено значение за икономиката и развитието на Република Хърватия, създаването и наблюдението на осъществяване на защита и поддържане на качеството на туристическите обекти, сътрудничество със съответните органи в Европейския парламент и парламентите на други държави.

3. Дания

3.1. Нормативни актове в сферата на туризма:

- *Закон за датския туризъм, в сила от 01.01.2015 г.;*
- *Закон за насърчаване на бизнеса;*
- *Закон за посещение на Дания N 648/15 юни 2010 г.;*
- *Закона за насърчаване на новия бизнес от 2018 г.*

www.eufunds.bg



3.2. Административни и териториални организации, отговорни за националния маркетинг и реклама на туризма

С националната стратегия за датския туризъм от месец септември 2016 г., датското правителство поставя като цел засилване на усилията в областта на туризма. Стратегията предвижда публичните и частните субекти, действащи в областта на туризма, съвместно да се справят с предизвикателствата, пред които е изправен датският туризъм, да приемат възможностите, както и променящите се тенденции.

Стратегията предвижда следните референтни показатели към 2025 г.:

- През 2025 г. Дания трябва да има една трета повече туристи, което съответства на 17 милиона датски крони повече нощувки в сравнение с 2025 г.
- Туристическият оборот трябва да достигне 140 милиарда ДKK през 2025 г., което съответства на ръст от приблизително 45 милиарда ДKK спрямо 2014 г.
- През 2025 г. чуждестранните туристи трябва да бъдат поне толкова доволни от ваканционното преживяване в Дания, колкото е средното за Северна Европа.

Националната стратегия за датския туризъм съдържа редица инициативи в рамките на пет стратегически фокусни области:

- „По-ефективен маркетинг, насочен към съответните целеви групи“,
- „По-добра достъпност, интернет и табели“,
- „По-добро туристическо преживяване в Дания“,
- „Съвременен законодателство за планиране и повишен туристически капацитет“ и
- „Конкурентоспособност и добри рамкови условия“.

Политиката на Дания в областта на туризма е пряка отговорност на Министерството на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси.

Основният орган, който се занимава с управлението на туристическата индустрия в Дания, е **Датският национален туристически форум (ДНТФ)**.

Органограма на органите и организациите в областта на туризма в Дания



3.3. Датски национален туристически форум (ДНТФ)

Организацията и правомощията на органа са уредени в *Закона за датския туризъм, в сила от 01.01.2015 г.*, който носи пряка отговорност за координиране на държавната политика в сферата на туризма, работейки в тясно сътрудничество с туристическата индустрия. Основан през 2015 г. и председателстван от министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси. Форумът също така отговаря за разработване на национални туристически стратегии. Датският Закон за туризма цели да повиши ефективността на инвестициите в сектора посредством по-добра координация на национално, регионално и местно равнище.

Законът за датския туризъм се състои от 14 параграфа, като Глава I (параграфи 1 – 4 са посветени на Националния туристически форум.

Параграф 2 определя целта на Датския национален туристически форум, както следва: *Целта на Националния туристически форум е да управлява и координира усилията за популяризиране на обществения туризъм в Дания.*

Основните функции на Датския туристически форум са определени в пар. 3 от закона, както следва:

- 1) Изготвяне на национална стратегия за датския туризъм, която ще определи основните приоритети и цели за датския туризъм.
- 2) Принос към стратегията за децентрализирани усилия за насърчаване на бизнеса;
- 3) Събиране на знания за туризма и изготвяне на анализи, включително основен годишен анализ на развитието на датския туризъм.



- 4) Изготвяне на годишен доклад до министъра на на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси;
- 5) Координация на усилията за популяризиране на обществения туризъм въз основа на националната стратегия за датския туризъм.

Датският туристически форум има и няколко допълнителни функции, определени в *пар. 2.2* до *2.5*. Тези функции са от стратегически характер и съгласувателен характер – проследяване на изпълнението на националната стратегия за датския туризъм; осигуряване на съгласуваност в усилията за публично популяризиране на туризма и подобряване на координацията с цел постигане на по-добра координация и предотвратяване на припокриващи се усилия за насърчаване на туризма; изпълнение на други задачи, които могат да бъдат възложени на органа от министъра на търговията и индустрията.

Параграф 4 на закона определя структурата и персоналия състав на Датския туристически форум, който се състои от Председател и Управителен съвет от 9 членове. Председателят и членовете се назначават от Министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси за срок от 4 години. Структурата на Форума е както следва:

- Председател
- Управителен съвет:

1. Председателят на Управителния съвет на организацията VisitDenmark;

VisitDenmark е официалната туристическа организация на Дания. Организацията предлага Дания като туристическа дестинация в чужбина с оглед привличане на повече посетители на ваканции и делегати на конференции, които могат да генерират увеличени приходи за туристическата индустрия.

2. Председателят на Управителния съвет на организация „Прекрасният Копенхаген“ („Wonderful Copenhagen“);

Прекрасният Копенхаген (на англ. „Wonderful Copenhagen“) е официалната туристическа организация на региона на датската столица, чиято цел е да промотира и развива както бизнес туризма, така и развлекателния туризъм в Копенхаген и прилежащия район.

3. Председателят на Управителния съвет на организация „Датски крайбрежен и природен туризъм“.

4. 2-ма (двама) членове, които представляват местните туристически бордове и се назначават по препоръка на Председателя на Националната асоциация на местните власти (на датски Kommunernes Landsforening или “KL”²);



Асоциацията на местните власти се състои от 98 датски общини, като предназначението ѝ е да договаря трудови споразумения относно заплати както и условия на труд за работници и служители, които са жители на съответните общини. Освен това КЛ осигурява на общинитенеобходимата информация и консултации по трудови въпроси. Сред целите ѝ е опростяването на колективните трудови договори и други трудови споразумения, определянето на надници, които да направят местните работни места по-атрактивни, както и стратегически мениджмънт. Доколкото самите общини често са основните работодатели в общините, КЛ се явява и най-голямата работодателска организация в Дания.

5. 3-ма (трима) представители на туристическия бизнес;

6. 1 (един) член, който се занимава с изследователска дейност в областта на туризма.

Националният туристически форум се управлява административно от Министерство на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси на Дания. (пар. 2.3).

ДНТФ е разработил национална туристическа стратегия до 2025 г. Отделно Форумът се занимава със събиране и обработка на данни, маркетингови и други проучвания и анализи за развитие на туризма в страната, като се отчита периодично пред Министерството. В **пар. 11** от закона е предвидена възможността Националният форум по туризъм да използва публична експертиза в областта на туризма, включително да изисква съществуваща информация за датския туризъм от Visitdenmark, компаниите за развитие на туризма и общинските компании за дестинации и др.

3.4. Датски консултативен съвет по туризъм (ДКСТ)

Паралелно с Туристическият форум функционира и т.нар Консултативен съвет по туризъм, чиито функции са посочени в **Глава II от Закона (пар. 5, 6)**. Предназначението на Консултативния съвет е определено в пар. 5 от Закона за датския туризъм, както следва: *министърът на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси създава Датски консултативен съвет по туризъм, чиято цел е да съветва Националния форум по туризъм.* В своята работа Форумът се съветва, консултира и подпомага от Съвета относно настоящи и бъдещи възможности и предизвикателства, като включва в себе си по-широко представителство от публичния, частния сектор и гражданското общество. ДКСТ също се създава от министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси.

Структурата на Съвета е изчерпателно определена в **пар. 6** от закона. Съветът се състои от Председател, 17 членове и един наблюдател, който представлява интересите на различни заинтересовани страни, за да се гарантира предоставянето на професионални и компетентни консултативни услуги.



Членовете на Консултативния Борд са, както следва:

1. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на Конфедерацията на датската индустрия - Конфедерацията на датската индустрия е една от датските бизнес организации и организации на работодателите. Членовете на DI са 10 000 частни предприятия в производството и сферата на услугите от почти всички подсектори. Освен това голям брой секторни работодателски асоциации и федерации са включески в Конфедерацията. Членовете на Конфедерацията във всеки регион се занимават с регионалната политика, както и с проблеми на образованието;
2. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на Датската търговска камара;
3. 1 (един) член, назначен по препоръка на ХОРЕСТА - Търговска асоциация и организация на работодателите в областта на ресторантьорството, хотелиерството и туристическия бранш в Дания;
4. 3 (трима) членове, които се назначават по препоръка на организациите във Форума за сътрудничество в туристическата индустрия, които са вече представени в Консултативния съвет;
5. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на Датската конфедерация на търговските съюзи – (LO). Т. нар. “LO” представлява чадърна организация – най-голямата от трите национални центъра за 18-те Датски търговски съюза. През 2019 г. е включена в новата Датска конфедерация на търговските съюзи, която обединява 79 браншови търговски съюза с общо 1.4 милиона членове;
6. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на Съвета на открито на Дания. Датският Съвет на открито е неправителствена чадърна асоциация на организациите, активни в популяризирането на дейностите на открито, отдиш, както и интереси за защита на природата в Дания. Основана е на 27 ноември 1942 г. и към настоящия момент има 94 организационни членки.
7. 1 (един) член, който е назначен по препоръка на Fagligt Fælles Forbund – 3F - Обединена Федерация на работниците в Дания – Датски профсъюз. Създаден е през 2004 г. От сливането на Датския синдикат на жените и Датския общ работнически съюз.
8. 1(един) член, който се назначава по препоръка на Датската туристическа мрежа (Dansk Turismefremme) - Датската туристическа мрежа е националният център за насърчаване на туризма в местна перспектива. Представлява национална, политически независима асоциация на организации, работещи съвместно и междусекторно за развитие на туризма в отделните дестинации;
9. 1 (един) член, който е назначен по препоръка на Датската национална организация за управление на най-силните туристически дестинации (Danske Destinationer). Тя представлява

www.eufunds.bg



децентрализираното ниво в датския туризъм и обединява т.нар. “дестинационни компании”, които функционират на общинско и междуобщинско ниво. Усилията за развитие на туристическите дестинации са разпределени между около 25 междуобщински компании за дестинации, съгласно *Закона за насърчаване на новия бизнес* от 2018 г. Тези дестинационни компании имат възможност да кандидатстват за финасиране чрез новата система за насърчаване на бизнеса. Фондовете за финасиране се управляват от Датския съвет за насърчване на бизнеса.

10. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на Организацията на датските музеи;

11. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на датските пристанища;

12. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на датските организации на хората с увреждания;

13. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на Министерството на околната среда и храните;

14. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на Министерството на културата;

15. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на датските региони;

16. 1 (един) член, който се назначава по препоръка на KL.

Членовете на Датския консултативен съвет по туризъм се назначават за срок от 4 години. Датският консултативен съвет по туризъм се управлява административно от Министерство на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси.

Международното брендиране и маркетинг на туризма в Дания е възложено на организацията VisitDenmark, която се занимава с маркетингови проучвания и наблюдение на различни тенденции в датския туризъм. VisitDenmark осъществява сътрудничество с Министерството, Датския национален туристически форум, както и регионалните агенции за развитие на туризма.

3.5. Компании за развитие на дестинациите

Специфична особеност на датското законодателство в областта на туризма е наличието на т.нар “компании за развитие на туризма”. Тези компании, чиито функции са дефинирани в *пар. 8* от *Закона за туризма*, имат за задача да развият датския туризъм в рамките на крайбрежния и природния туризъм, бизнес и конферентен туризъм, както и столичния туризъм, въз основа на националната стратегия за датския туризъм. Техните функции са да генерират напредък в съответния сектор посредством реализиране на техни собствени стратегии под шапката на Националния борд. Министерството на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси има



представителство в борда на Асоциацията за Датския крайбрежен и природен туризъм и Асоциацията на Датския бизнес и средищен туризъм (*нар. 8.4*). **Параграф 8.5** определя, че компаниите могат да номинират общо двама членове в борда на VisitDenmark след консултации с Консултативната комисия по номинациите (в съответствие с *раздел 5, подраздел 2 от Закона за посещенията на Дания*).

Освен това е налице децентрализирана система от местни агенции, които регулират туристическия бранш на локално равнище. Компаниите за развитие на дестинационния туризъм, асоциацията за датския крайбрежен и природен туризъм, за бизнес и средищен туризъм, Прекрасния Копенхаген имат задача да развият датския туризъм в съответните секторни направления въз основа на националната стратегия за датския туризъм.

Съгласно **Глава 4, нар. 9** от **Закона, общините и общинските компании**, които инициират дейности за развитие на бизнеса в съответствие със Закона за насърчаване на бизнеса, компаниите за дестинации и компаниите за развитие на туризма трябва, когато има публично съфинансиране, да координират предварително всички важни дейности, свързани с международния маркетинг на датски туристически продукти и опит и брандирането на Дания като туристическа дестинация с Visitdenmark.

Компаниите за развитие на дестинациите, след консултации с Националния туристически форум, подготвят стратегии за развитие на всяка от посочените по-горе области. Същите представят годишен доклад за състоянието на туристическите фирми в съответния регион и сектор, като докладите се представят пред Форума (*нар. 8.3*).

След консултации с Форума, всяка от компаниите подготвя стратегия за развитие на туризма в съответната област, като същите изготвят годишен доклад за изпълнение на стратегията и ежегодно представят докладите пред Форума.

Датският крайбрежен и природен туризъм, датският бизнес и средищен туризъм и датският столичен туризъм като основни направления в Датския туризъм могат да номинират общо 2-ма членове в Управителния съвет на VisitDenmark след консултация с Консултативната комисия по номинациите.

През 2019 г е приет Закон за изменение на Закона за туризма, с който са предприети промени в няколко направления:

1. Засилват се правомощията на Националния туристически форум с цел да се осигури съгласуваност в усилията за популяризиране на обществения туризъм;
2. Регионите вече не могат да съфинансират регионалните компании, като предишното съфинансиране на компаниите за крайбрежен и природен туризъм и бизнес и средищен туризъм се прехвърля към Министерството на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси. Регионалните компании за развитие на туризма се преименуват на “компаниите за развитие на туризма”.



3. Предвидени са мерки за избягване припокриването на дейности за насърчаване на туризма;
4. Датският съвет за насърчаване на бизнеса, който е създаден в съответствие със Закона за насърчаване на бизнеса, ще има за задача да инициира и финансира децентрализирано усилията за насърчаване на туристическия бизнес, включително да предоставя средства, предназначени за местни и междусекторни туристически проекти в рамките на националната стратегия за датския туризъм. Стратегията трябва да бъде съгласувана с прилагането на Структурните фондове на ЕС.
5. Компаниите за развитие на туризма трябва да сключат споразумения с VisitDenmark за сътрудничество между развитието на бизнес зоната и международния маркетинг на Датския туризъм (добавен *нар. 10* към закона).
6. Общини и др., които инициират дейности за развитие на бизнеса в съответствие с § 14, параграф 3 от Закона за насърчаване на бизнеса, компании за дестинации и компании за развитие на туризма и т.н. трябва, когато има публично съфинансиране, да координират предварително всички значими дейности, свързани с международния маркетинг на датските туристически продукти и опит в брендиране на Дания като туристическа дестинация с VisitDenmark – *нар. 9*.

Като цяло основните усилия на организацията на датския туризъм е насочена към подобряване на междусекторното сътрудничество, развиване на дестинациите и осигуряване на възможно най-широко представителство на различните заинтересовани страни при разработване на стратегии за насърчаване и развитие на туристическия бранш.

3.6. VisitDenmark

Съществено място в системата на датския туризъм има организацията VisitDenmark, чиято структура и правомощия са очертани в *Закона за посещение на Дания N 648/15 юни 2010 г.* Съгласно *нар. 1* от закона, Министърът на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси създава VisitDenmark като специален административен орган – субект на публичното право, предназначен за изпълнение на целта, определена в пар. 2 от Закона: Visitdenmark е националната туристическа организация на Дания и има за цел да популяризира Дания като туристическа дестинация и по този начин да допринесе за създаване на икономически растеж в датската туристическа индустрия. **Основните дейности, предвидени за постигането на тази цел, са:**

1. Инициране на международни маркетингови и брендингови дейности в сътрудничество с основните заинтересовани страни, с оглед разработването на нови пазари и поддържане на разработените пазари.
2. Координация на всички значими международни дейности за маркетинг на датския туристически продукт и опит, както и брендиране на Дания като туристическа дестинация, което



се съфинансира от публични средства. Това обаче не се отнася за координацията на маркетингови дейности, извършвани от общините в регионите.

3. Събиране на информация и изготвяне на анализи на Дания като туристическа дестинация с оглед разпространението на тези знания сред обществеността, включително туристическата индустрия, публичните власти и общините.

Съгласно **пар. 2.3** от закона въпросните дейности се финансират изцяло или частично от участниците. Параграф 2 освен това подробно регламентира възможността бизнесът да реализира стратегически партньорства с VisitDenmark, както и самата организация да създава компании, изцяло или частично негова собственост. Съгласно **пар. 2.6**, самата организация може срещу заплащане да се ангажира да извършва административни услуги за публични и частни туристически компании, включително бизнес консорциуми, асоциации и подобни асоциации, ако техните дейности са в рамките на целта на Visitdenmark. Друга цел на организацията е заедно с другите страни от регион да превърнат целия скандинавски регион в атрактивно място за посещение на туристи чрез съвместно стратегическо брендиране и реклама. **Пар. 3** предвижда възможност Visitdenmark, срещу пълно финансиране от участващите заинтересовани страни, да организира представителството им в други дестинации и на международните пазари и дейности по брендиране, като дейностите се осъществяват със съвместни усилия на туристическите анализатори от Дания, Гренландия, Фарьорските острови, Исландия, Норвегия, Швеция и Финландия. **Този модел на финансиране на рекламата и брендирането на туристически дестинации чрез дейности, предоставяни от държавен орган, но при условия на частно финансиране, е уникален за датския туристически модел.**

3.6.1. Структура на VisitDenmark

VisitDenmark се управлява от **Съвет на директорите и Изпълнителен съвет**.

Съветът на директорите е отговорен за цялостното управление на Visitdenmark и определя общата рамка за дейностите на Visitdenmark и взема решение за започване на дейности, включително създаването и участието в партньорства, ако тези дейности са от по-голямо икономическо или стратегическо значение за Visitdenmark, съгласно **Раздел III, пар. 4** от закона. Съветът на директорите назначава **Изпълнителен съвет**, който да осъществява оперативното управление на Visitdenmark. **Пар. 4** определя, че Съветът на директорите гарантира, че Изпълнителният съвет изпълнява задълженията си по подходящ начин и в съответствие с насоките на Съвета на директорите, включително, че счетоводството и финансовата отчетност се извършват по задоволителен начин, както и че са установени необходимите процедури за управление на риска и вътрешен контрол.

Съгласно **пар. 5 от Раздел III**, министърът на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси определя правила за броя на членовете на Съвета на директорите. Подпараграф 4.2 посочва, че



членовете на Съвета на директорите се назначават в лично качество от министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси по препоръка на консултативна комисия по номинации (вж. Раздел 8 от закона). Председателят се назначава от министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси докато заместник-председателят се избира от борда. Членовете на Съвета на директорите не могат да бъдат и членове на Изпълнителния съвет. Съгласно подпараграф 3 Съветът на директорите трябва да бъде съставен по такъв начин, че колективно да притежава компетенции, които го правят квалифициран да изпълнява целта на Visitdenmark, вж. Раздел 2, параграф 1.

Членовете на Съвета на директорите се назначават за срок от 3 години с възможност за повторно назначаване за още 2 периода от 3 години. Ако член на Съвета на директорите подаде оставка преди края на периода, новият член се назначава от министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси за останалата част от периода, тъй като този член може да бъде преназначен за максимум 2 допълнителни периода от 3 години. Уставът на Visitdenmark предвижда обстоятелствата, при които член на борда може да бъде отстранен от министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси в рамките на срока. (пар. 4, подпараграф 3).

Всички решения на Съвета на директорите се вземат с обикновено мнозинство от присъстващите. В случай на равенство гласът на председателя или, в негово отсъствие, на заместник-председателя, е решаващ.

Съгласно *пар. 7* от закона, Съветът на директорите представя годишен доклад на министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси за своята дейност. Докладът трябва да съдържа оценките на Visitdenmark за развитието в туристическата индустрия и отчет за основните дейности и финанси на Visitdenmark през последната година. Съветът на директорите публикува доклада едновременно с изпращането му до министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси.

3.6.2. Консултативна комсия по номинациите

Съгласно *пар. 8* от закона се създава консултативна комисия по номинациите, която има за задача да дава препоръки на министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси по отношение на състава на борда, но не и препоръки относно председателя. Министърът на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси определя подробни правила за състава на Консултативната комисия по номинациите и за работата на комисията.

Председателят на комисията се назначава също от министъра съгласно пар. 3 от горепосочената разпоредба. Със същото решение се назначават заместници на членовете, секретаря на Комисията и заместника му.

3.6.3. Финансиране на VisitDenmark

Условията на финансирането на дейностите на VisitDenmark, включително разходите за администрация, анализи, дейности по международен маркетинг и брендиране, участие в

www.eufunds.bg



партньорства и др., се финансират от средствата, отпуснати по **Закона за финансите за дейностите на VisitDenmark** и допълнителни средства, които могат да бъдат предоставени на организацията от другите участници, посочени в пар. 2, подпараграф 2, т. 1 и 3 и подпараграф 6, както и пар. 3.

Министерството на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси задава годишни цели за дейностите на VisitDenmark. В случай на закриване на VisitDenmark, неговите активи следва да се прехвърлят на Датската държава в лицето на Министерство на финансите, което става универсален правоприемник на всички пасиви и активи на организацията.

Министърът на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси може по всяко време да изисква информация за дейностите на Visitdenmark, която министърът счита за необходима за упражняване на надзора. Министърът по-подробни правила в това отношение в устава (пар. 10.3).

Пар. 11 определя, че Visitdenmark представя ежегоден финансов отчет в съответствие с правилата на датския закон за финансовите отчети. Годишните отчети се одитират от оторизиран от държавата или регистриран одитор и впоследствие се представят на министъра на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси.

Съгласно **§ 13 а.** от Преходните и заключителни разпоредби на закона, общините и общинските компании за развитие на туризма, които инициират дейности за развитие на бизнеса в съответствие с § 13, ал. 1, № 5, когато има публично съфинансиране, предварително координират всички важни дейности за международен маркетинг на датски туристически продукти и опит, както и брендиране на Дания като туристическа дестинация с Visitdenmark, срв. 2. Като индустрия за износ с туристически оборот от 128 милиарда DKK. През 2017 г. туризмът е включен в датската система за насърчаване на бизнеса, базирана на Министерството на промишлеността, бизнеса и финансовите въпроси.

Заключение:

Въвеждането на по-устойчиви форми на туризъм в Дания е резултат от комбинация от правителствени разпоредби и други интервенции на бизнеса, който взема собствени решения в отговор на пазара.

Съгласно датския туристически модел, Централното управление отговаря за:

- Цялостната туристическа политика;
- Координацията на датската туристическа политика;
- Задачи на международната политика, свързани с ЕС;



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

- Международното популяризиране на Дания като туристическа дестинация, годишни анализи на туризма и информационни портали за Дания (VisitDenmark, Wonderful Copenhagen);
- Създаване и прилагане на националната стратегия за датския туризъм.

Компаниите за туризъм от друга страна координират различни местни програми и са отговорни главно за генериране на национален растеж.

Мненията на висшите мениджъри в индустрията също се отчитат за стимули и пречки пред приемането на практики за устойчив туризъм, за външна помощ, която може да насърчи въвеждането на тези практики, и дали трябва да има повече правителствени разпоредби, които да насърчават тяхното приемане. Отношението на индустрията в Дания към тези въпроси представлява особен интерес поради относителната значимост на екологичните проблеми в страната.

4. Гърция

4.1. Нормативни актове в сферата на туризма

- **Закон 3270/2004 г.;**
- **Закон 263/1998 г.;**
- **Закон 2160/1993** (Държавен вестник 118/A);
- **Закон 4276/2014 г.**, който доразработва и изменя някои от надзорните правомощия на ГНТО и регламентира в детайли уредбата на бизнеса, свързан с туристическо настаняване, Гръцката камара на хотелиерите и Централния съюз на камарите, както и контрола на казината;
- **Указ 343/2001 г.**

Предназначението на правната уредба е да систематизира оперативните процедури за работата на туристическите предприятия и туристическата инфраструктура, а най-новият закон от 2014 г. е предназначен да спомогне за опростяване на релевантните процедури и изясняване на съдържанието на специфичните форми на туризъм.

4.2. Административни и териториални организации, отговорни за националния маркетинг и реклама на туризма

Гърция разполага с доста сложна система на организация на туризма в страната.

Министерството на туризма отговаря за разработването и развитието на туристическата политика в Гърция. То въвежда законодателство в областта на туризма, съгласува стратегическия

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

маркетингов план, стимулира инвестициите и работи за подобряване на качеството и конкурентоспособността на гръцкия туризъм. Министерството работи в тясно сътрудничество с други заинтересовани министерства и органи по туризма, като Асоциацията на гръцките туристически предприятия и Изследователския институт за туризъм. Общият бюджет на Министерството на туризма се е увеличил с 6,3% през 2018 г. до 63,7 млн. евро спрямо 59,9 млн. евро през 2017 г. От тях 20,6 млн. евро са били отпуснати за подпомагане на маркетинговите и промоционални дейности на Гръцката национална туристическа организация.

Министерството на туризма управлява мрежа от 14 регионални туристически бюра, които лицензират и инспектират туристическия бизнес, извършват контрол на качеството, наблюдават официалните класификации и регулират сектора.

Прилагането на маркетинговата стратегия се извършва от **Гръцката национална туристическа организация (GNTO) (ГНТО)**, която управлява **мрежа от 16 офиса в чужбина**.

Гръцката хотелска камара е задължителният съветник на правителството по туризма, както и компетентният орган, отговорен за официалната класификация на хотели, стаи и апартаменти.

На регионално и местно ниво регионите и общините планират и изпълняват програми и дейности за развитие и промоция на туризма. Всички промоционални дейности изискват одобрението на Гръцката национална туристическа организация, за да се гарантира, че тези кампании са в съответствие с националната стратегия за промоция на туризма.

Публичните власти на общинско, регионално и национално равнище имат значителна роля и отговорност в установяването на условия, благоприятни за развитието на туризма. Туризмът е подчинен на специфични регулации, но също и на такива, които регулират други области като околна среда, защита на потребителите и опазване на културно-историческото наследство

Управлението на гръцкия туризъм е обусловено от разпоредбите на **Закон 3270/2004 г.** (Държавен вестник 187/А/11.10.2004).

Органограма на органите и организациите в областта на туризма в Гърция

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



4.3. Министерство за развитие на гръцкия туризъм

Отговорностите на министерството са определени в **чл.1** от закона, както следва:

Министерството на развитието на туризма, има следните отговорности:

1. Планирането и формулирането на туристическата политика, планиране на развитието на туризма в контекста на общата държавна политика и формулиране и насърчаване на необходимите институционални и други регулации, както и проектиране на необходимите мерки за прилагане.
2. Предложение до компетентните държавни органи за необходимите мерки за правилното и ефективно функциониране на туристическия сектор и мониторинга на неговите резултати, в съответствие с методите и изискванията на международния туристически пазар.
3. Проучване на ефектите от туризма върху националната икономика, социалния живот на страната, както и условията на конкуренция на международния туристически пазар, с цел създаване на туристически показатели и показатели за устойчиво развитие на туризма и необходимата документация и оценка на резултатите от тези разследвания.
4. Насоки за изучаване и подготовка на туристическата инфраструктура и програми за развитие.
5. Насърчаване и предприемане на мерки съвместно с Министерството на икономиката и финансите за привличане на частни средства в областта на туризма.
6. Сътрудничество с компетентните министерства за хармонизиране на политиките, които засягат туризма, и координация на действията, с цел подпомагане на туристическото развитие и подобряване на качеството и конкурентоспособността на туризма на страната.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



7. Представителството на страната в международни организации и транснационални отношения, свързани с туризма, сключване на международни споразумения, свързани с туристическия сектор и двустранни споразумения за туристическо сътрудничество. За по-ефективното прилагане на политиката на международните отношения и популяризирането на туристическия продукт чуждестранните офиси на ГНТО са част от Министерството на развитието на туризма. Със съвместни решения на министрите на вътрешните работи, публичната администрация и децентрализацията, икономиката и финансите и развитието на туризма се създават нови чуждестранни офиси в градовете, където офисите на ГНТО вече не работят, както и в международни организации. Външните служби промотират туристическата политика в чужбина и подкрепят гръцки туристически компании, работещи в чужбина. Тези офиси се оглавяват от служители на Министерството на развитието на туризма и надзорните органи за срок от три години. Всеки въпрос за работата и персонала на външните офиси се регулира от Министерството на развитието на туризма.

8. Популяризира гръцките позиции в областта на туризма, осъществява комуникация с компетентните органи на Европейския съюз и други международни организации, осъществява сътрудничество с Министерството на външните работи, Министерството на икономиката и финансите и други министерства със свързан предмет, хармонизира националното с европейското законодателство в областта на туризма.

9. Определя дизайна на програмата за насърчаване на туризма към страната и в нейните региони, както и насърчаване на туризма в страната. Това планиране става задължително за островните райони.

10. Планира политиката за съдействие за подобряване на качеството на туристическите услуги на страната и по-специално оценката на предложените програми за туристическо образование от *Организацията за туристическо образование и обучение (ОТЕК)*, осигуряването на ресурси за финансиране на тези програми, по-специално от държавния бюджет и Социалния фонд на ЕС.

11. Прави предложение за издаване на президентски укази, с които се обявяват местата за туристически и се определят водоизточниците като термални, както и за премахване на тези означения, съгласно член 4 от Указ на Президента № 313/2001.

12. Определя съдържанието на контролния процес на туристическите предприятия с издаване на съответни регулаторни решения на министъра на развитието на туризма.

13. Сътрудничеството с компетентните министерства, организациите на местното самоуправление, държавата и други органи с цел:

а) опазване на чистотата, реда и правилния външен вид на всички точки на страната, свързани с туризма, и предложение към компетентни държавни органи да вземат мерки за постигане на тези цели;

б) подаване на предложения до съвместно отговорните министри с цел координиране на действията и хармонизиране на политиките, които засягат туризма. Със съвместни решения на



министъра на развитието на туризма и на компетентните министри, в зависимост от случая, се създават петчленни комисии, които разглеждат проблемите и разработват тези предложения. Същите решения определят всички необходими подробности за работата на тези комисии.

в) Със съвместно решение на министъра на вътрешните работи, публичната администрация и децентрализация и министъра на развитието на туризма се създава комитет, на който министърът на развитието на туризма е председател, с членове - двама представители на Министерството на развитието на туризма, представител на Централния съюз на общините и (К.Е.Д.К.Е.) и представител на Съюза на префектурите на Гърция (Е.Н.А.Е.), както и техните заместници, номинирани от тези структури. Задачата на този комитет е да подчертае и проучи проблемите, които влияят отрицателно върху туризма, на местно и префектурно ниво, да идентифицира причините, които ги причиняват, и предложения за начин за справяне с тях. Комитетът се свиква от неговия председател, когато сметне за необходимо. В този комитет министърът на развитието на туризма може чрез К.Е.Д.К.Е.П. и Е.Н.А.Е. съответно да поканят кметовете и префектите на определени области за сътрудничество по въпроси от тяхна компетентност, свързани с подобряване на имиджа на конкретните области и съответната информация на Комисията.

г) Със съвместни решения на министъра на развитието на туризма и на компетентните министри, в зависимост от случая, се създават комитети, в които участват трима представители на Министерството на развитието на туризма, единият от които е назначен за президент, и двама представители от всяко от другите министерства по въпроси на политиката и развитието на туризма и подаването на предложения до съвместно отговорните министри, за да координират действията и да хармонизират политиките, които засягат туризма. По покана на председателя на Комисията чрез компетентните министри, в зависимост от случая, представители на други органи могат да бъдат поканени в Комисията за сътрудничество по въпроси от тяхна компетентност, които обикновено се отнасят до развитието, популяризирането и имиджа на туризма, както и обслужването на туристите.

4.4. Други организации, отговорни за ръководството на туризма в Гърция:

Чл. 2 определя надзорните правомощия на Министерството на развитието на туризма с оглед упражняване на контрол върху следните юридически лица:

- а) Гръцката туристическа организация (ГНТО);**
- б) Организацията за туристическо образование и обучение (ОТЕК);**
- в) Гръцка камара на хотелиерите (ХЕЕ);**
- г) Дружеството "Hellenic Tourist Properties SA" (ETA SA), която е преименувана на "Компания за развитие на туризма SA" (ETA SA);**
- д) юридически лица на частното право (N.P.I.D.), които според съществуващото законодателство се контролират от Министерството на развитието на туризма;**



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

е) дружествата и всички видове предприятия, в които горепосочените юридически лица са еднолични акционери или мажоритарни акционери.

Надзорът върху горепосочените юридически лица се осъществява по всяко време в съответствие с действащите разпоредби на Закон 3270/2004 г. за отговорностите на Министерство на развитието на туризма и туристическите въпроси.

4.4.1. Гръцката туристическа организация (ГНТО)

ГНТО отговаря пряко за развитието на правителствената политика в областта на туризма.

4.4.1.1. Функции на ГНТО

Мисията и функциите на ГНТО са представени в *Закон 3270/2004 г. и Президентски указ 343/2001 г. (Държавен вестник 231/A/11-10-2001 г.) относно структурата и организацията на Гръцката национална туристическа организация (ГНТО).*

Чл. 2 от Указа определя, че мисията на организацията е развитието и популяризирането на туризма в Гърция чрез използване на всички възможности на страната.

За осъществяването на тази мисия ГНТО има следните правомощия:

- а)** представя предложения на правителството за формулиране на туристическата политика;
- б)** прилага туристическата политика, определена от правителството в частта от неговите отговорности;
- в)** проучва и изготвя програми за специална и обща туристическа инфраструктура и развитие;
- г)** изготвя и изпълнява програмата за туристическо популяризиране на страната у нас и в чужбина и се грижи за развитието на туристическото съзнание;
- д)** наблюдава и контролира съоръженията на специална туристическа инфраструктура;
- е)** подкрепя обществени услуги, организации на местното самоуправление (ЛТА), физически или юридически лица в действия, насочени към местния туризъм;
- ж)** подготвя и одобрява програми за популяризиране на райони на страната;
- з)** упражнява надзор и контрол на качеството на туристическия пазар с цел подобряване на туристическия продукт;
- и)** предприема всякаква друга дейност или действие, насочено към организирането, развитието и насърчаването на туризма, което е предвидено в действащите разпоредби.

Правомощията на Националната туристическа организация на Гърция са допълнително разработени в чл. 4 от Закон 3270/ 2004 г.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Съгласно **чл. 4, ал. 1 ГНТО отговаря за популяризирането на правителствената туристическа политика със следните правомощия:**

- а)** подава предложения до Министерството на развитието на туризма за формулиране на туристическа политика по въпросите от неговата компетентност и я прилага в рамките на своите отговорности;
- б)** изпълнява програмите за туристическа промоция на страната в чужбина и се грижи за популяризирането на гръцкия туристически продукт чрез участие в международни изложения, конференции и други събития в Гърция и в чужбина;
- в)** дава лицензи и контролира туристическите предприятия по член 2 от Закон 2160/1993, както и туристическия пазар като цяло;
- г)** предприема всякакви други дейности или действия, насочени към организиране, развитието и популяризирането на туризма;
- д)** сътрудничи с колективните организации на туристическите предприятия, в общоелински и местен мащаб, местното самоуправление и обществените организации, за разработване, проектиране и изпълнение на съвместни и съфинансирани рекламни програми на страната, туристически райони, съвременни форми на туризъм, като: екологичен туризъм, културен туризъм, спортен туризъм и клонове на туристическия бизнес;
- е)** проучва, изпълнява и контролира туристическата инфраструктура и проекти за развитие, финансирани от национални или общностни ресурси, самостоятелно или в сътрудничество с други органи.

4.4.1.2. Структура на ГНТО

Структурата и управлението на организацията са дефинирани в чл. 4.2 и чл. 2.3 от закона, както следва:

ГНТО се управлява от деветчленен Съвет на директорите, който се състои от Президент, Генерален секретар и седем членове, назначени с решение на министъра на развитието на туризма, което се публикува в Държавен вестник. Съветът на директорите предприема всички необходими действия за упражняване на отговорностите на ГНТО, с изключение на тези, които са изрично възложени на Президента и Генералния секретар.

Гръцката туристическа организация има следната структура, регламентирана в **чл. 4 от Указа:**

- 1.** Централна служба;
- 2.** Чуждестранни услуги;

4.4.1.3. Правомощия на Президента и Генералния секретар

Правомощията на Президента на ГНТО са определени в чл. 4 от Закон 3270/2004 г. и чл. 3 на Указ 343/2001 г.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

- а) Свиква Съвета на директорите, определя дневния ред и ръководи заседанията му.
- б) Наблюдава изпълнението на решенията на Съвета на директорите и се информира от Генералния секретар за тях.
- в) Упражнява пряката отговорност за международното насърчаване на гръцкия туризъм и представлява Организацията в нейните международни организации и международни отношения.

Президентът на ГНТО се назначава с решение на министъра на развитието на туризма в съответствие с разпоредбите на член 4, параграф 4 от Закон 2919/2001 и има отговорностите, предвидени в действащото законодателство.

Когато Президентът отсъства или е недееспособен, се замества от Генералния секретар.

Генералният секретар на ЕОТ по смисъла на чл. 4, ал. 5 от закона, изпълнява всички административни отговорности за гладкото функциониране на агенцията и отговаря за нейния персонал. По-специално правомощията му са следните:

- а) Препоръчва на Съвета на директорите за одобрение годишния бюджет на Организацията.
- б) Препоръчва на Съвета на директорите по въпросите от компетентността на Съвета на директорите.
- в) Представява ГНТО пред съдилищата и всеки друг орган.
- г) Сключва договори с трети страни, представлява Организацията при подписването им и одобрява плащането на бюджетните разходи, при условие че общата им стойност не надвишава сумата от 50 000 евро за предмета на договора, в противен случай действа след изрично упълномощаване от Съвета на директорите.

Дирекциите, отделите и службите за туристическа подкрепа на ГНТО имат съответния еднакъв организационен състав, персонал, органични длъжности, седалище, материална и местна компетентност с премахнатите съответни звена за туристически услуги на регионите, с подобно прилагане на разпоредбите на членове 15 и 16 от Президентски указ № 313/2001.

С решения на Съвета на директорите на ГНТО, одобрени от министъра на развитието на туризма и публикувани в Държавен вестник, могат да бъдат прехвърляни други отговорности на Регионалните туристически служби за вътрешен туризъм на ГНТО. Седалището и местната юрисдикция на Регионалните туристически служби на ГНТО могат да бъдат променени или да бъдат създадени нови служби въз основа на туристическото значение на района и решение на Съвета на директорите. С подобни решения, временно и до назначаването на персонала на

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



горепосочените Регионални туристически служби за вътрешен туризъм на ГНТО, се определя отговорностите им да бъдат осъществявани, частично или изцяло, от друга Регионална туристическа служба за вътрешен туризъм на ГНТО.

Всеки спор относно административни санкции, наложени от ГНТО чрез централната си служба и Регионалните туристически служби за вътрешен туризъм на ГНТО, в случай на обжалване, се решава от петчленен комитет, базиран в Министерството на развитието на туризма, назначен с решение на министъра, председателстван от генералния директор на министерството. Всички други подробности относно създаването, дейността и секретарската подкрепа на Комисията се определят с решение на министъра. Решенията на Комисията се ратифицират от министъра на развитието на туризма, за да станат окончателни или се връщат на Комисията за преглед.

Чл. 4.7 от закона предвижда, че с решение на министъра на развитието на туризма **се одобряват решенията на Съвета на директорите на ГНТО относно:**

- а) Одобряване на годишния бюджет за приходи и разходи.
- б) Сключването на договори и поемане на финансови ангажименти от Организацията, които надвишават сумата от 500 000 евро за всеки отделен случай.

Съгласно чл. 4.8 от закона, с решение на министъра на развитието на туризма може да се разпорежи административен контрол на актовете и решенията на органите на ГНТО и от сертифицирани одитори.

Разпореджане с недвижими имоти и бизнес единици на ГНТО, които се администратират и управляват от "Туристическа Компания за развитие SA" съгласно член 9, параграф 6 от Закон № 2837/2000, за изпълнението на проекти за развитие на туризма и туристическите инфраструктури, които се считат за допринасящи за насърчаването на туристическото развитие на страната, се решава от Междуведомствения комитет по приватизация съгласно разпоредбите на Закон № 3049 / 2002.

Същото решение на Междуведомствения комитет по приватизация определя необходимите гаранции на държавата за изпълнението на предвидените работи.

4.4.1.4. Централна служба - структура

Структурата на Централната служба е определена съгласно чл. 5 на Президентския указ 343/2001 г., както следва:

Централната служба е структурирана както следва:

1. Главна дирекция за развитие;
2. Главна дирекция за промоция;

В централната служба работят също следните независими офиси:



- Кабинет на президента;
- Пресслужба;
- Служба на юрисконсулт;

Структура на генералните дирекции:

Структурата на генералните дирекции е определена съгласно чл. 6 на горепосочения президентски указ:

Главната дирекция за развитие е структурирана, както следва:

- 1) Дирекция за проучвания и инвестиции;
- 2) Дирекция за контрол на качеството и надзор на пазара;
- 3) Дирекция на туристическите обект;

Главната дирекция за промоция е структурирана, както следва:

- 1) Дирекция за пазарни проучвания и реклама;
- 2) Дирекция за външни услуги;
- 3) Дирекция за финансови услуги;
- 4) Дирекция „Администрация“;

4.4.1.4.1. Дирекция за проучвания и инвестиции (чл. 7 от Указа)

Дирекцията за проучвания и инвестиции се състои от следните отдели:

- 1) Отдел „Планиране на развитието на туризма“;
- 2) Отдел „Развитие на нови форми на туризъм“;
- 3) Отдел „Инвестиции в туризма и информация за инвеститорите“;

Включваме по-детайлно описание на дейностите на двата отдела, доколкото са пример за иновативност и нов подход в развитието и управлението на националния туризъм:

4.4.1.4.1.1. Отдел „Развитие на нови форми на туризъм“

Терминът "нови форми на туризъм" означава във всеки случай формите на туристическа дейност, които се различават от продукта, който обикновено се предлага на гръцкия туристически пазар.

Отделът за развитие на нови форми на туризъм *има следните отговорности:*

- а) Провеждане на изследвания и проучвания за търсене и идентифициране на алтернативни и тематични форми на развитие на туризма.
- б) Формирането или намирането на нови методи, стандарти и системи за предоставяне на туристически услуги, базирани на променящи се социални и икономически условия.
- в) Анализ на разходите и ползите на горните форми на развитие на туризма за туризма и националната икономика като цяло.



- г) Изучаването и предлагането на методи за състезателен синтез на гръцки пакети за туризъм.
- д) Сравнителното проучване и анализ на туристическите пакети, предлагани за туризъм в конкуриращи се страни.
- е) Подготовката, одобрението и изпълнението на туристически програми за хора със специални нужди, социален туризъм, вътрешен туризъм, младежки туризъм и др.

4.4.1.4.1.2. Отдел „Инвестиции в туризма и информация за инвеститорите” със следните отговорности:

- а) Събиране и обработка на информация за инвестиции в туристическия сектор, по-специално по отношение на предоставените инвестиционни стимули, данъчните стимули, съответните законови разпоредби, текущите програми за развитие, статистика, актуални спецификации, процедури и експлоатационни условия, както и всякаква подходяща информация за инвестициите в туристическия сектор, с цел да се предостави точна и пълна информация на заинтересованите страни.
- б) Поддържането на банка от данни за недвижими имоти, които са подходящи за инвестиции в туризма и сътрудничество с органи от публичния и частния сектор, които възнамеряват да предприемат инвестиционни инициативи.
- в) Предложенията за формулиране на инвестиционната политика в туристическия сектор и установяването на най-подходящите и хармонизирани стимули с тази политика.
- г) Идентифициране на слабости и регулации, които се считат за възпиращи инвестициите в туристическия сектор и предложение за наложените регулации или предприемането на съответни мерки от компетентните служби.
- д) Всяка друга дейност, насочена към плавен напредък и мониторинг на хода на инвестициите в туристическия сектор, която не принадлежи към изрична разпоредба на закон или указ в друга услуга.
- е) Информация на заинтересованите инвеститори от инвестиционната политика в туристическия сектор и насоките им за ускоряване на процедурите за реализация на техните инвестиционни планове и програми.
- ж) Сътрудничеството с услугите на ГНТО и други компетентни органи, за да предоставят цялата необходима информация на заинтересованите инвеститори.
- з) Грижата за публикуването на съответните брошури и ръководства на гръцки и английски език за информация на заинтересованите инвеститори за инвестиции в туризма в сътрудничество с компетентните органи.

4.4.1.4.2. Дирекция за контрол на качеството и надзор на пазара (чл. 8 от Указа)

Дирекцията за контрол на качеството и надзор на пазара се състои от следните отдели:



- 1) Отдел „Контрол на качеството“;
- 2) Отдел „Надзор на пазара“;

4.4.1.4.3. Дирекцията на туристическите обекти

Дирекция на туристическите обекти се състои от следните отдели:

- 1) Отдел „Планиране“;
- 2) Отдел Технически услуги;
- 3) Отдел „Планиране и околна среда“;

4.4.1.4.4. Дирекция за пазарни проучвания и реклама (Глава 9 чл. 10 от Указа)

Дирекцията за пазарни проучвания и реклама се състои от следните отдели:

- 1) Отдел „Пазарни изследвания“;
- 2) Отдел „Рекламни програми, изложби, конференции“;
- 3) Отдел „Публикации и аудиовизуални медии“;

4.4.1.4.5. Дирекция за външни услуги (чл. 11 от Указа)

Дирекцията за външни услуги се състои от следните отдели:

- 1) Отдел „Координация и подкрепа на външните служби, работещи в седалището на ГНТО“, и местните офиси и клонове в чужбина“;
- 3) Отдел „Връзки с обществеността“.

Чуждестранни служби, офиси и клонове функционират на нивото на Отдела.

4.4.1.4.6. Дирекция за финансови услуги (чл. 12 от Указа)

Дирекцията за финансови услуги се състои от следните отдели:

- 1) Отдел „Бюджет и заплати“;
- 2) Отдел „Счетоводство и имущество“;

4.4.1.4.7. Дирекция „Администрация“ (чл. 13 от Указа)

Дирекция „Администрация“ се състои от следните отдели:

- 1) Отдел „Персонал и административна организация“;
- 2) Отдел „Секретариат и изпълнение“;
- 3) Отдел „Логистика, обществени поръчки и библиотека“;
- 4) Отдел „Информатика“;

4.4.1.5. Външни служби на ГНТО



Освен това ГНТО разполага със система от чуждестранни офиси. Чуждестранните услуги са уредени в чл. 23 и чл. 24 от Указа. Чл. 23 регламентира структурната компетентност, а чл. 24 дефинира отговорностите. Външните служби на Гръцката туристическа организация (ГНТО) се състоят от офиси и клонове, които са разделени на:

1. Служба на Великобритания и Ирландия със седалище в Лондон и с юрисдикция над Великобритания и Ирландия.
2. Служба на Америка, създадена в Ню Йорк и район на местна юрисдикция на държавите от Северна Америка. Службата на Америка е свързана с канадския клон със седалище в Торонто и Канада.
3. Офис в Германия със седалище във Франкфурт. Германският офис включва клонове в Мюнхен, Берлин, Хамбург със седалище и район на местна юрисдикция в едноименните градове и швейцарския клон със седалище в Цюрих.
4. Австрийски офис със седалище във Виена и район под местна юрисдикция в Австрия. Офисът, базиран в Будапеща, също е част от Австрийския офис.
5. Офис в Италия със седалище в Милано и район на местна юрисдикция в Италия. Офисът в Рим е част от Италия, със седалище и район на местна юрисдикция в едноименния град.
6. Офис във Франция със седалище в Париж и район под местна юрисдикция във Франция.
7. Офис в Русия със седалище в Москва и район с местна юрисдикция над държавите, произтичащи от разпадането на СССР (с изключение на Балтийско море). Офисът на Русия включва украинския клон със седалище в Киев и района на местна юрисдикция Украйна.
8. Нидерландски офис със седалище в Амстердам, включително Белгийския клон със седалище в Брюксел и локално разположен в Белгия, Люксембург.
9. Скандинавски офис със седалище в Стокхолм и местна юрисдикция в Швеция, Норвегия и Финландия. Скандинавският офис включва също датския клон със седалище в Копенхаген и района на местна юрисдикция Дания и балтийските държави.
10. Офис на Нова Югославия със седалище в Белград и зона на отговорност Нова Югославия, Хърватия, Босна, Словения, БЮРМ и Албания.
11. Австралийски офис със седалище в Сидни и местна юрисдикция в Австралия и Нова Зеландия.
12. Офис в Испания със седалище в Мадрид и под нейната юрисдикция в Испания, Португалия и страните от Южна Америка.
13. Офис в Япония със седалище в Токио и местна юрисдикция в Япония и Корея
14. Офис в Румъния със седалище в Букурещ и с юрисдикция в Румъния, България и черноморските страни.
15. Турски офис със седалище в Истанбул и район с местна юрисдикция в Турция.
16. Израелска служба със седалище в Тел Авив и район на местна юрисдикция Израел.
17. Кипърски офис със седалище в Никозия и район на местна юрисдикция в Кипър



18. офис Вишеград със седалище в Прага и район с местна юрисдикция в Чехия, Словакия и Полша. Службата в Вишеград обхваща словашкия и полския клон със съответните столици и местната юрисдикция съответно в Словакия и Полша.
19. Китайски офис, базиран в Пекин и район под местна юрисдикция в Китай.
20. Офис на Индия със седалище в Ню Делхи и местна юрисдикция в Индия.

Отговорности (чл. 24 от Указа)

Външните служби на ГНТО изпълняват следните ангажименти в рамките на тяхната местна компетентност, както е определено в член 23 от указа по-горе:

- а) Отговарят за популяризирането на туристическия имидж на страната в чужбина и като цяло за популяризирането на гръцкия туристически продукт в страните.
- б) Подготвят и представят за одобрение на Дирекцията за надзор на годишните планове за действие на чуждестранните служби. Програмите включват дейности по промоция, реклама, организиране на конференции, работни срещи, телевизионни предавания, реклами в ежедневния и периодичния печат, други промоционални дейности, които се считат за необходими и специфични за начина на живот на жителите на страната, в която се намира.
- в) Осигуряват прилагането на одобрения годишен план за действие и предлагане на необходимите изменения и допълнения, когато условията изискват напр. да се обърне неблагоприятния климат, създаден от извънредни ситуации.
- г) Изследват и наблюдават развитието на туристическите пазари, регистрират условията и тенденциите, които преобладават на тях и които могат да окажат влияние върху туризма, систематизират съответната информация и информират компетентните служби. Клоновете информират офисите, а офисите - Централната служба, редовно на всяко тримесечие и извънредно, когато възникне необходимост, като формулират едновременно съответни предложения. Редовната информация включва също така документирани данни за развитието на туристическия поток към гръцки дестинации и към дестинации на конкуриращи се страни.
- д) Предоставят информация и разпространяват рекламни материали с цел създаване на интерес за посещение в Гърция.
- е) Участват в сътрудничество с компетентния отдел за рекламни програми, конференции и изложби на Централната служба в международни туристически панаири.
- ж) Сътрудничат си с медиите на професионалните и научни организации в чужбина, на организациите на чужденци и други международни, държавни и частни организации с цел най-ефективното популяризиране на страната в чужбина.
- з) Организируют събития за развитие на връзки с обществеността и контакти, благоприятни за гръцкия туризъм, като брифинги за професионалисти в туристическата индустрия, събития за информиране на обществеността чрез публикации в международната преса, интервюта и контакти с журналисти и личности, които влияят на общественото мнение.



- и) Следят прессъобщенията, които се отнасят до туризма, национални, икономически или други проблеми, които могат да окажат въздействие върху туризма, анализират ги и незабавно информират компетентните служби.
- к) Осъществяват сътрудничество с гръцките държавни служби в чужбина и особено с пресслужбите на посолствата на Гърция.
- л) Осъществяват сътрудничество с ръководителите на офиси на други държави или държави с общи характеристики на туристическия пазар.

Освен това съгласно Указа, ГНТО разполага с Дирекция „Администрация”, регламентирана в чл. 13, както и с постоянен правен съветник, който също има своя служба (уредена в чл. 16 от Указа).

4.4.1.6. Службата на правния съветник:

Контролира провеждането на съдебни процеси във всички съдилища и действа това, което е необходимо за съдебната и извънсъдебна защита и разглеждане на всички съдебни дела на Организацията. Дава становища по правни въпроси, които се задават в писмен вид от председателя на ГНТО. Разработва проектодоговорите, които му се предоставят от президента за обработка, и препраща писмените коментари или предложения по тях. Службата, обработва цялата кореспонденция, оформя и съхранява документи и досиета по дела на ГНТО, контролира съдебно-изпълнителните документи и процедури по съдебни и други актове. Независимите служби по чл. 14 (Служба на президента), чл. 15 (Пресслужба) и чл. 16 (Служба на правния съветник) съгласно Указа, са пряко подчинени на Президента на ГНТО.

Службата на правния съветник се оглавява от юрисконсулта, който ръководи и координира основния персонал на службата. Горепосочените служби си сътрудничат при изпълнение на предписаните си от закона задължения. Координацията на услугите е уредена в член 22 от Указа. Службите, изпълняващи своите отговорности, си сътрудничат с другите служби на Организацията и комуникират със службите на публичния сектор за ефективното изпълнение на техните отговорности и насърчаването и популяризирането на гръцкия туризъм.

4.4.1.7. Функции на ръководителите на дирекции и отдели

В чл. 21 от Указа се уреждат задълженията и отговорностите на ръководителите на дирекции и отдели в системата на ГНТО:

1. Генералният директор ръководи, координира и контролира работата на дирекциите към Главната дирекция. Изготвя годишното планиране на работата на Главната дирекция, следи за нейното изпълнение, предприема коригиращи и модифициращи действия, когато е необходимо и подготвя периодично информационни доклади до председателя на ГНТО. Изготвя доклади за оценка като първи съдия за ръководителите на дирекциите към Главната дирекция и оценява



като втори съдия ръководителите на отделите на дирекциите.

2. Ръководителят на дирекцията, ръководи, координира и следи работата на отделите към дирекцията. Изготвя годишното планиране на работата на ръководството, следи за неговото изпълнение, предприема коригиращи и модифициращи действия, когато е необходимо и подготвя на редовни интервали информационни доклади до генералния директор. Изготвя доклади за оценка като първи съдия за ръководителите на отделите под негово ръководство и оценява като втори съдия служителите, работещи в отделите под негово ръководство.

3. Ръководителят на отдела и на Независимия офис, ръководи, координира и наблюдава съответно работата на отдела или кабинета. Насочва персонала на отдела за най-ефективно упражняване на техните задължения. Подготвя годишното планиране на работата на отдела или службата, следи за неговото изпълнение, прави коригиращи промени, когато това се изисква и редовно изготвя информационни доклади съответно на директора или на президента. Изготвя доклади за оценка като първи съдия за персонала под негова юрисдикция.

4.4.2. Туристическа компания за развитие SA (Е.Т.А. А.Е.)

Освен гореописаната структура, дейността на ГНТО се подпомага от **специално създадено инвестиционно дружество**, което се занимава изключително с управление на материалните и нематериални активи на организацията, охраната на собствеността срещу претенции на трети лица и воденето на съдебни производства, касаещи организацията, от името и за сметка на ГНТО.

Туристическата компания за развитие е регламентирана в **чл. 5 от Закон 3270/2004 г.** във връзка с **чл. 12 от Закон 2636/1998** – (Държавен вестник 198/А/27-8-1998) и е определена за създаване на дружества, за организиране на събития и за управление на имуществото на ГНТО, както и за създаване на Национален съвет по туризъм. Съгласно посочената разпоредба, компанията (дружество от типа “anonum”) работи в обществен интерес. Срокът, за който е създадено дружеството е тридесет (30) години от влизането му в сила. Седалището на компанията е определено е в общината на префектура Атика. Компанията се занимава с управление и експлоатация на недвижимите имоти на ГНТО, за да бъдат същите използвани в съответствие с целите и приоритетите на националната туристическа стратегия и политика. Целта на компанията е администрирането, управлението и използването на имуществото и бизнес единиците на ГНТО.

Имуществото на Туристическата компания за развитие включва:



- а) Всички видове движими и недвижими вещи, включително оборудване, които са собственост на ГНТО или са под негова администрация или управление, или са били наети от него или са в експлоатация под друга юридическа форма.
- б) Всички видове ресурси и ценни книжа като пари, депозити, облигации, акции и обикновено дългови ценни книжа в драхми и в чуждестранна валута.
- в) Права на индустриална собственост, като търговски марки, търговски марки и отличителни заглавия, права върху ноу-хау и права на интелектуална собственост.
- г) Активи като движими, недвижими ресурси, прехвърляеми ценни книжа и права, които принадлежат на други юридически лица (юридически лица на публичното право - N.P.D.D., дружества и др.), при условие че ГНТО също участва в тях, косвено или пряко.

Целта на дружеството е администрирането, управлението и използването на имуществото и бизнес единиците на ГНТО използването на туристическите имоти с дългосрочен характер на развитие, развитието на специалните форми на туризъм (СПА, конференции, агротуризм и др.) и популяризирането на специални туристически инфраструктурни проекти (яхтени пристанища, голф игрища и др.), според целите на Министерството на развитието на туризма.

Понятието бизнес единици на ГНТО означава туристически единици и по-специално хотели и единици термални извори, туристически павилиони, брегове, туристически пристанища, приюти и акости на туристически лодки, ски курорти, яхти, пещери, туристически съоръжения като цяло и средства за туристическо обслужване от всякакъв вид, които са собственост на ГНТО или са под негова администрация или управление, или са били наети от него, или са експлоатирани под каквато и да е друга правна форма.

Съгласно чл. 13, ал. 4 от Закон 2636/1998, следните активи и бизнес единици на ГНТО не подлежат на администриране и управление от дружеството:

- а) активите, предназначени за пряко използване от ГНТО;
- б) всички имоти (хотелски комплекси и други сгради, стадиони, туристически обществени имоти, станция на лифта, паркинги и други съоръжения) и като цяло туристическият и хотелиерският бизнес, разположени в по-широкия район на Парнита.³

За извършване на дейностите си, дружеството има следните правомощия:

- а) Да извърши инвентаризация, да продължи с картографирането и кадастъра и да събере имуществените титули на движими и недвижими вещи на ГНТО, за да създадете актуализиран файл с имуществото на ГНТО.

³ Парнита (на гръцки: Εθνικός δρυμός Πάρνηθα) е планина и национален парк в област Атика, Гърция.



- б) Да се разпорежда с активите и бизнес единиците чрез продажба или замяна и да придобива движимо и недвижимо имущество, както и търговски дружества в резултат на покупка, замяна или отчуждаване, на свое име или от името и за сметка на ГНТО.
- в) Да отдава под наем активите или бизнес единиците или да предоставя използването им на органите на местното самоуправление (ОТА) или други органи от публичния сектор, както и да прехвърли други облигационни или вещни права върху тях.
- г) Да наема или приеме концесия за ползване на движимо или недвижимо имущество от свое име или от името на ГНТО.
- д) Да продължи да използва стопанските единици със самото упражняване на стопанската дейност.
- е) Да приема или отказва дарения, наследства, завещания, спонсорство и други безвъзмездни ползи от който и да е източник, от негово име или от името на ГНТО.
- ж) Да подготви проучвания за реконструкция, ремонт, поддръжка или обновяване на недвижими имоти и да ги реконструира, ремонтира и обновява или да възложи горепосочените работи на трети страни. Освен това компанията може да изпълнява от свое име или от името на ГНТО или да възложи на трети страни изпълнението на дейности или всякакъв вид работи, които ГНТО има право да извършва, като ги възложи директно на компанията.
- з) Да доставя всички видове оборудване, което е необходимо за оползотворяване и експлоатация на собственост и бизнес единици.
- и) Да се използват правата на интелектуална и индустриална собственост, ноу-хау и другите права или продукти на ГНТО.
- к) Да сключва договори за заем с държавата, юридическите лица на публичното право и гръцки или чуждестранни кредитни институции, за да изпълни целите си.
- л) Да създава или участва в акционерни дружества, които ще имат същата или подобна цел с целта на компанията.
- м) Да води от името на ГНТО съдебни производства и да предприема всякакви изпълнителни мерки относно защита на активите или бизнес единиците, предоставени му за администрация и управление.

Чл. 13, ал. 6 от закона предвижда, че администрацията и управлението на горепосочените активи и бизнес звена се възлагат на дружеството всеки път с решение на Генералния секретар на ГНТО. Администрирането и управлението им се възлага на компанията с получаване на уведомлението за взетото решение. Дружеството има мандат и пълномощия да извърши всеки правен акт, свързан с активи на бизнес звена на ГНТО, на които е възложена администрацията и управлението. Резултатите от извършването на всякакви правни действия се получават от името на ГНТО. Компетентните служби на ГНТО имат задължението да изпратят на компанията



списък на движимото и недвижимото имущество на ГНТО, както и на съществуващите му бизнес единици.

Чл. 14 от Закон 2636/1998 г. определя **формирането на капитала на компанията, както следва:**

1. Акционерният капитал на дружеството е определен в размер на 200 млн. драхми, което се поема изцяло от Гръцката национална туристическа организация. Този капитал се внася от ГНТО както следва:

1.1. Сумата от 100 млн. драхми⁴ се внася в рамките на 2 (два) месеца от датата на публикуването в Държавен вестник на устава на компанията:

1.2. Останалата сума в размер на 100 млн. драхми се внася до края на тримесечието, започващо от месеца, следващ месеца, през който изтичат горепосочените 2 месеца.

2. Капиталът е разделен на 40 поименни акции с номинална стойност на всяка от 5 млн. драхми.

3. ГНТО се представлява в общото събрание на дружеството от лице, законно упълномощено от съвета на директорите на ГНТО, което гласува в съответствие с взетото решение от Съвета.

Съгласно **чл. 15** от закона компанията се управлява от Съвет на директорите, както следва:

1. Дружеството се управлява от седемчленен съвет. От тях, четирима членове се избират от общото събрание на дружеството, а останалите трима се назначават от министъра на развитието на туризма.

2. Мандатът на Съвета на директорите е 3 (три) години и се удължава всеки път до избора на новия Съвет на директорите след края на мандата на редовното общо събрание. Мандатът на първия съвет на директорите се определя до деня на първото редовно общо събрание, което се провежда в рамките на първата половина на годината след края на първата корпоративна година.

3. Съветът на директорите наема Главен мениджър с договор за срок от 3 (три) години и определя неговите отговорности. Генералният мениджър следва да има завършено висше образование, опит в бизнес администрацията и организацията и да владее поне един чужд език, за предпочитане английски. Възнаграждението на Генералния директор се определя с решение на Съвета на директорите на дружеството, което се одобрява със съвместно решение на министрите на финансите и развитието.

Съгласно **чл. 16** от закона, **компанията разполага със следните ресурси:**

⁴Гръцкият закон регламентира посочените суми в тази валута.



1. Собствените ресурси на компанията, които включват:

а) възнаграждението на компанията за администриране и управление на имуществото и бизнес звената на ГНТО и за предоставяне на услуги за организацията като цяло;

Дружеството има **право на възнаграждение** за администриране, управление, използване и експлоатация на активи и бизнес единици и за предоставяне на всякакви услуги на ГНТО. Размерът на възнаграждението се определя с решение на съвета на директорите на ГНТО или като процент от приходите или печалбите или като цяло от приходите от активи и бизнес единици или като еднократна сума за всяка услуга, която предоставя.

б) дарения, наследства и завещания на самата компания;

в) лихви от депозита на нейния акционерен капитал и доход.

2. Ресурсите на ГНТО, които се администрат и управляват от компанията, са следните:

а) сумите, предвидени всяка година в редовния бюджет на ГНТО и в бюджета за публични инвестиции (PDE) за строителството, експлоатация и оборудване на активите и бизнес единиците на ГНТО, които са на разположение на компанията по решение на Съвета на директорите на ГНТО за изпълнение на целите.

б) постъпления от продажбата, лизинга, експлоатацията и общо управление на активите и бизнес единиците от ГНТО, които се управляват от компанията.

От ресурсите на ГНТО компанията плаща всички необходими разходи, в това число за администриране, управление и използване на активите и бизнес единиците, които управлява.

Приходите на ГНТО по т. 2 от параграф 2 на чл.16, които остават след приспадане на разходите, отразени отделно и подробно в отделна сметка и са на разположение за изпълнение на целта на дружеството. Част от тези приходи могат да бъдат прехвърлени на ГНТО по решение на министъра на развитието и по предложение на Генералния секретар на ГНТО.

По смисъла на чл. 19 от закона, компанията се ползва с привилегиите на ГНТО, предвидени в разпоредбите на пар. 12 от чл. 1 от Закон 2160/1993, на пар. 2 от чл. 7 от Закон 496/1974 и на пар. 2 от чл. 3 от Указ 2328/1983 на министъра на развитие на туризма.

Вземанията на дружеството срещу трети страни се удостоверяват и събират в съответствие с разпоредбите на Кодекса за събиране на публични приходи (KEDE), според случая.



Съгласно чл. 23 от закона, изпълнението на всякакъв вид договори или други правни актове като цяло, които касаят активите или горепосочените бизнес единици, чието администриране и управление се поема от компанията и които са сключени от ГНТО с всяко физическо или юридическо лице до датата на поемане на администрацията и управлението на дружеството, продължават да се изпълняват от компанията.

Висящите дела по спорове относно активи и бизнес единици, чието администриране и управление се поема от компанията, автоматично се продължават от компанията. Дискусията за тях може да бъде отложена след заявление на ГНТО.

Предстоящи процедури за възлагане и изпълнение на проекти са уредени в ал. 3 на чл. 23. Покупките, лизингите, лизинговите договори и концесиите като цяло, които се отнасят до активи и бизнес единици, управлявани от компанията, се продължават и завършват от нея. Кредити, които са регистрирани в бюджета на ГНТО за експлоатация на услугите, които са премахнати, за персонала, прехвърлен на дружеството, и като цяло за експлоатацията на активите и бизнес звената, чието управление се поема от дружеството, се прехвърлят към него по решение на Генералния секретар на ГНТО.

Освен горепосоченото, законът съдържа и разпоредби относно осъществяване на надзор върху компанията (чл. 21 от закона), както и управлението и интегрирането на персоналия състав (чл. 22 от закона).

4.4.3. Национален съвет по туризъм (НСТ)

Чл. 6 от Закон 3270/2004 г. съдържа бланкетна норма, препращаща към Глава III от Закон 2636/1998 – Държавен вестник 198/A/27-8-1998 за създаване на дружества за организиране на художествени събития и за управление на имуществото на ГНТО, както и за създаване на Национален съвет по туризъм.

Създаването на Националния съвет по туризъм е уредено в **чл. 24, Глава III** от горепосочения **Закон 2636/1998**, като съгласно препращащата норма на **чл. 6 от Закон 3270/2004 г.**, членовете на Съвета съгласно пар. 5 на чл. 24 от Закон 2636/1998 г. не могат да надвишават 30 и заедно с техните заместници се назначават от министъра на развитието на туризма за срок от 3 години (чл. 6 във вр. с чл. 24, ал. 5 от Закон 2636/1998).

Задачите на NST са определени в чл. 24, пар. 2 от Закон 2636/1998 г., както следва:

Задачата на Националния съвет по туризъм е да отправя предложения и становища до министъра на развитието, по-специално относно следното:



- а) международно развитие в туризма на световно и европейско ниво и определяне на международните пазарни тенденции;
- б) определяне на целите и баланса между развитие на туризма и защита на околната среда,
- в) популяризиране на културното наследство и природните красоти;
- г) връзката на туристическото потребление с местното производство на местно и регионално ниво;
- д) развитието на нови форми на туризъм и повишаване на качеството на туристическия продукт;
- е) планиране на развитието на туризма чрез очертаване на дългосрочни стратегически цели, и
- ж) общо определяне на рамката за формулиране на дългосрочна и ефективна туристическа политика.

Националният съвет по туризъм има консултативен характер и функцията му е да осигури експертна подкрепа в областта на туризма, която да се предоставя на ГНТО и Министерството.

Съгласно **чл. 24, пар. 3** от закона, Съветът предоставя становище и на министъра на развитието по въпроси, свързани с туристическия сектор.

Съветът се състои от представители на правителството и на ГНТО и организации, активни в туристическия сектор, както и от личности, които допринасят по какъвто и да е начин за подобряване на качеството на туризма в Гърция.

Чл. 24, ал. 5 предвижда, че Генералният секретар и заместник генералният секретар на Националния съвет по туризъм се назначават със същото или подобно решение.

4.4.3.1. Функции на Националния съвет по туризъм

Функциите са уредени в чл. 25 от Закон 2636/1998 г., както следва:

1. Председателят на Съвета е ръководител на административния персонал на Съвета и подписва всеки документ за Съвета. В отсъствие на Председателя на Съвета или когато той е в невъзможност да изпълнява задълженията си, функциите му се изпълняват от вицепрезидента.
2. За обслужване на работата на Съвета и неговите административни нужди, за възлагане на проучвания, както и за реализиране на останалите функции на Съвета, в бюджета на Министерството на развитие на туризма се регистрира съответен кредит. Разходите на Националния съвет по туризъм се контролират, разрешават и нареждат от компетентната финансова дирекция на Министерството на развитието на туризма.
3. ГНТО предоставя цялата необходима помощ за подпомагане на работата на Съвета. С решение на Генералния секретар служителите на ГНТО могат да бъдат на разположение на Съвета с паралелни задачи.



С решение на министъра на развитието на туризма, публикувано в Държавен вестник, към Националния съвет по туризъм се създава седемчленен Изпълнителен секретариат, определят се неговият състав, председател и заместник-председател, неговите отговорности, сред които е и изготвянето на Етичен кодекс за туристическите предприятия и туристически професии, борбата срещу дестимулиращите фактори в туризма, подобряването на конкурентоспособността на туристическия продукт, както и всички други необходими подробности за неговото функциониране.

През 2014 г. се предприема опростяване на системата на гръцкия туризъм чрез приемането на *Закон 4276/2014 г. (Държавен вестник 155/A/30-7-2014 г.) за опростяване на оперативните процедури на туристическите предприятия и туристическите инфраструктури, специални форми на туризъм и други разпоредби.*

5. Финландия

5.1. Нормативни актове в сферата на туризма

- **Закон за юридическите лица на Финландия;**
- **Указ за юридическите лица на Финландия;**
- **Закон за иновационния финансов център Бизнес Финландия и за дружеството с ограничена отговорност (1146/2017);**
- **Указ на правителството за Иновационен финансов център Business Finland и дружество с ограничена отговорност, наречено Business Finland (28 декември 2017);**
- **Закон за дружествата с ограничена отговорност (1147/2017, изменение 1374/2018);**
- **Закон за държавните помощи (688/2001);**
- **Закон за държавното кредитиране и държавните гаранции, изменен (449/1988);**
- **Държавния закон за корпоративната собственост и корпоративното управление (1368/2007);**

5.2. Административни и териториални организации, отговорни за националния маркетинг и реклама на туризма

Финландия е бързо развиваща се туристическа дестинация в Северна Европа, привличаща все по-голям брой международни посетители. Туристическата индустрия е важна за растежа на



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

финландската икономика, допринасяйки с над 8% или 19 милиарда евро в БВП на страната. До 2028 г. се очаква приходите, генерирани от туризъм, да надхвърлят 24 милиарда евро.

През 2017 г. делът на туризма възлиза на 2,6% от БВП на Финландия, а потреблението на туризъм достига 15 милиарда евро. Износът на туризъм нараства стабилно и възлиза на 18% от износа на услуги през 2017 г. - третият по големина износ на услуги. Туристическите индустрии пряко са наели на работа 123 500 души през 2017 г., което се равнява на 5,5% от общата заетост и се очаква, че техният брой ще достигне 164 000 до 2028 г. Около 28 500 бизнеса, свързани с туризма, много от които с микроразмери, са регистрирали оборот от 9,7 милиарда евро.

Броят на международните посетители се е удвоил от 2000 г. насам като са похарчили 4,6 милиарда евро през 2017 г. във Финландия. През 2018 г. 5,6 милиона туристи са посетили Финландия, което е с 12,4% повече спрямо 2017 г., а нощувките във всички видове настаняване достигат 6,8 милиона (+ 1,5%). През 2018 г. местата за настаняване във Финландия отчитат над 22 милиона нощувки, което е с 1,5% повече от предходната година, от които местните туристи представляват около 15,4 милиона, а международните туристи - 6,8 милиона. През 2018 г. са регистрирани 8,7 милиона местни туристи, което е с 1,5% повече спрямо 2017 г.

Министерството на икономиката и заетостта отговаря за туристическата политика, мерки за развитие и подкрепа на туризма във Финландия. Министърът подготвя законодателство в областта на туризма и поддържа международните отношения. Той също така председателства междуведомствената работна група по туризъм, която е неофициален субект, осигуряващ обмен на информация на ниво министерства.

Междуведомствена работна група по туризъм, председателствана от Министерството на икономиката и заетостта, действа като орган за наблюдение на изпълнението на политиката в областта на туризма. Междуведомствената група улеснява ефективния обмен на информация за туризма и подготовката по въпроси, свързани с туризма, за компетентните органи, овластени да вземат решения. Посочената структура заседава няколко пъти в годината и включва министерствата на транспорта и комуникациите, околната среда, земеделието и горите, външните работи, образованието и културата, заедно с организации в сферата на компетентност на участващите министерства. Те включват Business Finland, Visit Finland, *Metsähallitus*, държавно предприятие, което играе ключова роля в управлението на физическата среда на Финландия и свързания с нея туризъм на открито и природа, Финландската национална агенция за образование, Финландската агенция по храните и Финландската агенция за безопасност и химикали.

Работна група за обсъждане на статистически въпроси в областта на туризма се събира два пъти годишно.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

До 2015 г. туристическата дейност във Финландия се организира и управлява от **Центъра за насърчаване на туризма (Matkailun edistämiskeskus (МЕК) – държавна агенция към Министерство на икономиката и заетостта на Финландия**. Агенцията е регламентирана от **Закона за насърчаване на туризма No. 1424/2011 г.** Целта на агенцията е да подкрепя туризма във Финландия, да съдейства за популяризирането, развитието и изследването на туризма на Финландия като туристическа дестинация и да изготвя статистически данни за туристическите дестинации. Предшественик на Центъра за насърчаване на туризма е Държавният съвет по туризъм, създаден през 1969 г. През 1971 г. става туристически офис на Министерството на търговията и промишлеността. Туристическият съвет е създаден през февруари 1973 г.

Центърът за насърчаване на туризма е премахнат като агенция в началото на 2015 г. и неговите операции и служители са прехвърлени на звеното, наречено **Finpro към организацията Visit Finland** (“Посетете Финландия”). Finpro има две подразделения - Инвестиране във Финландия и Експорт на Финландия. **Finpro** е била организация до голяма степен финансирана от държавата, отговорна за подкрепата на финландските малки и средни предприятия на международните пазари и насърчаване на преките чуждестранни инвестиции. Целта на включването е да се използват синергии между ФТВ и услугите за интернационализация на Finpro и укрепване на публичните услуги за туристически компании. Основните функции на **Finpro** са били: популяризиране на марката на страната в областта на туризма, подкрепа на маркетинга на продукти с бизнеса и координиране на разработването на продукти. В началото на 2018 г. Finpro се слива с Tekes, за да сформира **Business Finland**, от който вече е част **Visit Finland**. Дейността е продължена от **Business Finland и Visit Finland**. Работата на **Business Finland** включва тясно сътрудничество с министерства, туристически предприятия, транспортни компании и финландските региони за научни изследвания, разработване на продукти и преди всичко международен маркетинг на туризма във Финландия.

Ключова роля за осигуряването на ресурса за туризъм на открито и природата играе **Metsähallitus** - държавно предприятие, управляващо над 12 милиона хектара държавна земя и водно пространство, включително национални паркове и зони за туризъм. През януари 2018 г. министерството стартира двугодишна програма **Matkailudiili** за облекчаване на недостига на квалифицирани работници в туристическия сектор, с мерки за подобряване на осведомеността и възприятата за възможностите за заетост в туризма, засилване на сътрудничеството между туристическите участници и пилотна туристическа заетост.

Регионалните държавни административни агенции извършват цялото законодателно прилагане, ръководство и надзор за спазване на политиката в областта на туризма в регионите. Центровете за икономическо развитие, транспортът и околната среда (ELY)

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



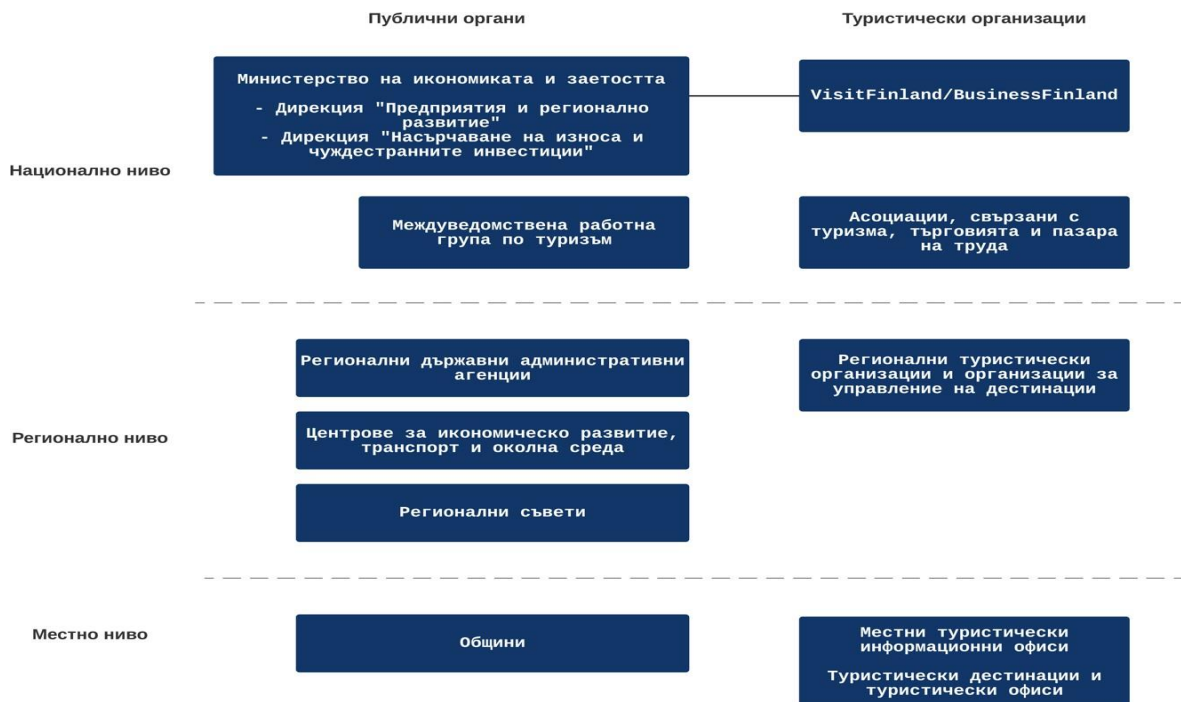
управляват регионалното изпълнение и задачи за развитие на държавната администрация. Те предлагат финансови, консултативни, консултантски услуги и услуги за обучение на туристическия бизнес. Регионалните съвети отговарят за регионалното планиране и контролират развитието на туристическия сектор. Налице са също около 30 регионални туристически организации във Финландия, които имат различни цели, задачи и структури на собственост.

На регионално ниво **Центровете за икономическо развитие, транспорт и околна среда (ELY центрове)** предоставят финансови, консултантски и обучителни услуги на туристическия бизнес, като част от техните правомощия за насърчаване на регионалната конкурентоспособност, благосъстояние и устойчиво развитие. Регионалните съвети също предоставят подкрепа за проекти за развитие на туризма, общ маркетинг, консултантски услуги, обучение и изследвания. Във Финландия има и около 70 регионални туристически организации, които имат различни цели, задачи и структури на собственост.

На местно ниво проблемите на туризма се решават от **общините и местните туристически информационни бюра.**

Сътрудничеството с частния сектор се улеснява чрез Финландския бизнес консултативен съвет по туризъм, който ръководи работата на Visit Finland и се състои от лидери в индустрията от различни отрасли на туризма и други туристически организации и представителни органи. Сътрудничеството в частния сектор се осъществява и при редовни двустранни срещи между министерството и организациите на търговията и пазара на труда.

Органограма на органите и организациите в областта на туризма на Финландия





Специфична особеност на финландския туристически модел е, че в Министерството на заетостта няма отделен бюджет за развитие на туризма и икономиката. Служители на отдел „Предприятия и иновации“ отговарят за туристически дела. Visit Finland се финансира от държавния бюджет, като получава субсидия от 10,1 милиона евро през 2015 г., а през 2018 г. 16 милиона евро. Подкрепа за туризма също се предоставя, пряко или косвено, чрез бюджетите и дейностите на други министерства, агенции за развитие и различни регионални органи, посочени по-горе.

Размерът на финансирането, предоставено от публични източници, се увеличава значително през последните пет години. *Органограма на органите и организацията в областта на туризма в Дания*

Visit Finland се финансира от държавния бюджет, като през 2017 г. финансирането е в размер на 11,9 милиона евро. През 2018-19 г. бюджетът е увеличен на 16 милиона евро с цел изпълнение на Програмата за действие „Туризм 4.0“. Освен това през 2018 г. проектите, свързани с туризма, са получили около 25 милиона евро от Програмата за структурни фондове на Финландия 2014-20 г. и 12,3 милиона евро от Програмата за развитие на селските райони за континентална Финландия 2014-2020.

5.3. Център за насърчаване на туризма на Финландия – организация и функции

Центърът за насърчаване на туризма е бил агенция към Министерството на икономиката и заетостта, която е отговаряла за популяризирането, развитието и изследването на туризма във Финландия, съгласно пар. 1 от Закона за насърчаване на туризма. Задачата на центъра е била също така да популяризира финландската туристическа индустрия.

Центърът е имал действащи звена, разположени във Финландия и в чужбина.

Задачите на центъра са били уредени по-подробно с правителствено постановление (*Указ на правителството 1425 от 21 декември 2011 г.*). Указът е бил приет съгласно решение на правителството, взето по предложение на Министерството на икономиката и заетостта, съгласно *раздел 1 (3) и раздел 2 (4) от Закона за центъра за насърчаване на туризма (1424/2011)*.

Съгласно указа **Центърът за насърчаване на туризма (МЕК) е имал следните основни функции, дефинирани в пар. 1:**

1. да подпомага качествено развитие, производство и изграждане на мрежа на финландските туристически услуги;
2. да придобива и разпространява пазарна информация и друга бизнес информация, необходима за развитие на туристическата индустрия;



3. да развива туристическите дестинации на Финландия;
4. да подпомага Министерство на заетостта и икономиката по въпроси, свързани с международното сътрудничество в областта на туризма;
5. други задачи, възложени му от Министерство на икономиката и заетостта.

5.3.1. Управление на МЕК

5.3.1.1. Управителен съвет

Управлението на Центъра е било уредено в *пар. 2 от Закона за насърчване на туризма*. Центърът е имал **Управителен съвет**, който е ръководел, наблюдавал и контролирал дейността му.

Членовете на Управителния съвет на Центъра са се назначавали от правителството за срок от три години. Управителният съвет се е състоял от минимум пет и максимум седем души, запознати с дейността на Центъра, един от които представлявал Министерството на икономиката и заетостта.

В МЕК са били заети около 110 души, като броят им постепенно е бил намален до 31 души през 2013 г. след закриването на международните офиси като част от подготовката за вливане във Finpro. Седалището на организацията е било в Хелзинки. МЕК се е оглавявал от генерален мениджър, чиято задача е била да управлява и развива операциите на МЕК и да отговаря за тяхното изпълнение. Освен това МЕК е имал съвет, назначен от правителството, който е отговарял за стратегическото управление на МЕК.

Правителството е назначавало Председател и Заместник-председател на Управителния съвет. Лице, наето от Центъра, не може да бъде назначено за член на Управителния съвет.

Представител, избран от персонала измежду неговия състав, е имал право да присъства и да говори на заседания на Управителния съвет, освен по въпроси, свързани с назначаването.

Задачите, правомощията за вземане на решения и кворумът на Управителния съвет са се регулирали с правителствено постановление.

В допълнение към разпоредбите на закона, съгласно *пар. 2 от Президентският указ*, МЕК е имал следните правомощия:

- 1) вземане на решения относно общите политики на Центъра, както и относно неговата ефективност и други цели, като взема предвид целите, съгласувани с Министерството на икономиката и заетостта;



- 2) одобряване на споразумение за изпълнение с Министерството на икономиката и заетостта от името на Центъра;
- 3) вземане на решение за стратегията на Центъра, проектобюджета, оперативния и финансов план и одобрява финансовите отчети и доклада на Съвета на директорите;
- 4) вземане на решение за значителни инвестиции или други значителни или дългосрочни ангажименти в сравнение с общото финансиране;
- 5) вземане на решения по други въпроси с широкообхватно или съществено значение за центъра или туристическата индустрия;
- 6) гарантиране, че вътрешният контрол на Центъра е правилно организиран;
- 7) вземане на решения за ключовите принципи на управление на риска и наблюдаване реализацията на целите;
- 8) назначаване лицата, отговарящи за управлението под прякото ръководство на генералния директор.

МЕК е била национален експерт в областта на туризма, чиято задача е била да популяризира туризма до и от Финландия и туристическата индустрия, както и да ги развива и изследва.

5.3.1.2. Генерален директор

Центърът е имал генерален директор, назначен от правителството. Правомощията му са определени в *пар. 3 и 4 от Закона за насърчване на туризма*. Генералният директор е управлявал и развивал дейността на Центъра и е отговарял за ефективността на операциите и постигането на целите на Министерството на икономиката и икономиката и Управителния съвет на Центъра. Правомощията му са детерминирани от пар. 4 на закона.

Изискванията за назначаване на лице на длъжност генерален директор са били магистърска степен, практически управленски умения и опит, както и добри познания по проблемите, свързани с туризма или международния бизнес.

Управителният съвет на Центъра е назначава заместник-генерален директор.

5.3.1.2.1. Правомощия (пар. 4 от закона)

Генералният директор е имал право да взема решения по въпроси от компетентността на МЕК, за които няма специално предвиден ред. Същият е имал право да делегира правомощията си на персонала в съответствие с Правилника на центъра. Процедурният правилник се изготвял и одобрявал от генералния директор.

МЕК е претърпял няколко реорганизации в началото на 21 век, като във връзка с това, основните му задачи са били концентрирани върху развитието на имиджа на туристическия пейзаж и подпомагане на продуктивния маркетинг заедно с индустрията, придобиването и анализа на



пазарната информация и насърчаването на висококачественото разработване и производство на туристически продукти.

През 2011 г. функцията на Финландското конвенционно бюро, финансирано от Министерството на икономиката и заетостта, е обединена с МЕК.

5.4. Finpro

През 2015 г. функциите на МЕК са изцяло прехвърлени на **Финска Организация за промотиране на търговията (Finpro)**. Правомощията на Finpro са уредени в **Закон 1446/2015 за дружество с ограничена отговорност, наречено Finpro** Оу (оттук нататък *Finpro*) От 2015 г. Finpro е дружество с ограничена отговорност, чийто капитал изцяло собственост на финландската държава.

Законът е отменен с разгледания подробно по-долу **Закон 1146/28-12-2017 за Иновационния финансов център Business Finland и дружество с ограничена отговорност, наречено Business Finland**). Същото е публично дружество, изцяло собственост на финландската държава - организация с нестопанска цел за насърчаване на износа, създадено от бизнес общността и държавната администрация. Целта и статуса на Finpro са определени в пар. 1 от посочения Закон, както следва: С цел да се насърчи и подкрепи международната конкурентноспособност и интернационализацията на икономиката на Финландия и бизнес живот, дружество с ограничена отговорност, наречено Finpro Оу е част от целите на политиката в областта на бизнеса и иновациите.

Компанията е държавна и е част от административния клон на Министерството на икономиката и заетостта (*Министерството*), а Министерството отговаря за корпоративното управление на компанията. Вземането на решения и корпоративното управление по отношение на собствеността на дружеството се регулира от **Държавния закон за корпоративната собственост и корпоративното управление (1368/2007)**.

Finpro работи в тясно сътрудничество с други участници във финландската иновационна система, като Центровете за икономическо развитие, транспорт и околна среда, Центъра за иновационни финанси Tekes и Министерството на външните работи.

Съгласно **пар. 2** от закона, **задачите му са свързани с:**

- 1) насърчаване на конкурентноспособността, интернационализацията и износа на финландски компании и развитие на експертния опит на компании, свързани с международната търговия;
- 2) насърчаване на чуждестранни инвестиции и капиталови инвестиции във Финландия;
- 3) насърчаване, развитието и изследването на туризма във Финландия от чужбина.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Компанията отговаря за международните операции, свързани с нейната мисия. Компанията може да има дъщерни дружества, за да изпълнява задачите си. Постановление на правителството може да предвиди по-подробни разпоредби относно задачите на компанията.

Съгласно *пар. 3 от закона* Дружеството не е ориентирано към реализиране на печалба. Печалбата на компанията се използва изцяло за собствени операции и развитие на компетентност в съответствие със задачите на компанията. По смисъла на *пар. 4 от закона*, дружеството се финансира от държавна субсидия в рамките на бюджетните кредити, вписани в държавния бюджет. Помощта се регулира от *Закона за държавните помощи (688/2001)*.

Отделно от предвидената държавна помощ, Finpro има 550 компании-членки и финансирането му се допълва от бизнес организации, браншови асоциации и компании-членове в допълнение към субсидията на Министерството на икономиката и заетостта. Министерството на икономиката и заетостта ръководи и контролира Finpro и сключва с него споразумение за изпълнение всяка година. В Finpro работят 375 експерти в 69 локации и в почти 50 различни държави. През 2012 г. Finpro е обединен с организацията Invest in Finland.

Finpro е национална организация, която насърчава износа и интернационализацията на финландските компании и привличане на чужди инвестиции във Финландия. Тя допринася за международния растеж и успеха на своите клиенти, като им помага да бъдат на правилния пазар в точното време с конкурентни продукти, услуги и концепции. Организацията се свързва на местно и международно ниво в полза на своите клиенти и партньори. В допълнение към задачите към компаниите, Finpro **управлява големи национални проекти като Cleantech Финландия, Future Learning Finland и FinlandCare.**

Самият Finpro също се реформира с цел превръщането му в организация, изпълняваща мисия за обществена услуга, състояща се от три функции: Експорт на Финландия, Посещение на Финландия и Инвестиране във Финландия. Целта на обновения Finpro е да помогне на финландските компании да се интернационализират, да привлекат чужди инвестиции във Финландия и да увеличат потока от чуждестранни туристи към Финландия. За целта държавата предоставя на Финпро безвъзмездна финансова помощ, която организацията следва да разпредели, а платените консултантски дейности следва да бъдат обособени в отделна компания. Консолидирането на функции, подпомагащи интернационализацията на публично финансирани компании на **платформата за обществени услуги на Finpro**, изяснява областта на бизнес услугите и дава възможност за използване на синергии между различни функции. След реформата Finpro ще бъде организация за обществени услуги, почти изцяло финансирана от държавата. Това засилва ефективността на Finpro и управлението на информацията, прилагани от Министерството на икономиката и заетостта. В бъдеще Finpro ще играе значителна роля в операциите на **мрежата на Team Finland.**

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Чрез прехвърляне на дейностите на МЕК към новия, почти изцяло финансиран от държавата Finpro, се търси синергията между дейностите на МЕК и услугите за интернационализация на Finpro и засилване на обществените услуги на туристическите компании. Освен това се цели засилване на предоставянето на услуги за интернационализация на публично финансирани участници.

5.5. Икономически последици от прехвърлянето на дейностите

Оперативните разходи на МЕК са приблизително 10 милиона евро годишно. В държавния бюджет оперативните разходи на МЕК са включени в член 32.20.07 (Оперативни разходи на Центъра за насърчване на туризма).

Finpro получава годишно финансиране от държавата под формата на обща безвъзмездна помощ, която се изплаща по член 32.20.41 от държавния бюджет (Обща безвъзмездна помощ за определени субекти и организации за насърчване на икономическата политика). Например през 2014 г. общата безвъзмездна помощ, получена от Finpro, възлиза на 22 435 000 евро, от които 4 315 000 евро са за инвестиране в операции.

От 2015 г. оперативната разходна позиция 32.20.07 за МЕК е премахната от държавния бюджет. Бюджетни кредити, съответстващи на оперативните разходи на МЕК, ще бъдат включени в общата безвъзмездна помощ за Finpro. Ефектът върху държавната икономика остава непроменен в това отношение.

От 1 януари 2018 г. Finpro се слива с Текес (Финската Агенция за финансиране на иновациите). Наименованието на новата организация е **Бизнес Финланд (Business Finland)**, а основното му предназначение е да направи бизнес услугите по-ефективни. Бизнес Финланд има персонал от около 600 души и 40 офиса в чужбина, като същевременно функционира в 15 различни региона на Финландия.

След сливането на Finpro и Текес (виж по-горе) е приет нов Закон, който урежда правомощията на новата организация с наименование "Бизнес Финланд" - орган, който отговаря за насърчването на финансирането на иновациите, износа, инвестициите и туризма. За целта е създаден финансов център, под шапката на Министерство на заетостта и икономиката, който управлява държавното дружество с ограничена отговорност, наречено "Business Finland" (наричана отгук нататък "Компанията").

5.6. Business Finland

От 2018 г. организацията "Бизнес Финланд" се състои от два органа:

- Правителствената агенция **Innovaatorahoituskeskus Business Finland** (наричана по-долу "Иновационен финансов център") и

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



- **Business Finland Oy** (наричана по-долу “Компанията”), дружество с ограничена отговорност, чийто капитал е собственост на държавата, контролирано от агенцията, чиято структура и правомощия са определени в *Закон 1146/28-12-2017 за Иновационния финансов център Бизнес Финланд и дружество с ограничена отговорност, наречено Business Finland.*

Основното предназначение на Бизнес Финландия е да повиши конкурентоспособността на финландската икономика и услуги чрез участие в разработването на технологично ноу-хау на световно ниво. При изпълнение на публични административни задължения Бизнес Финландия спазва общите административни закони.

Органограма на вътрешната структура на Business Finland и органите на управление



Основните регулаторни актове, уреждащи дейността на Бизнес Финланд, са следните:

1. Закон за юридическите лица на Финландия;
2. Указ за юридическите лица на Финландия;
3. Закон за иновационния финансов център Бизнес Финландия и за дружеството с ограничена отговорност (1146/2017);



4. Указ на правителството за Иновационен финансов център Business Finland и дружество с ограничена отговорност, наречено Business Finland (28 декември 2017).
5. Закон за дружествата с ограничена отговорност (1147/2017, изменение 1374/2018);
6. Закон за държавните помощи (688/2001);
7. Закон за предоставяне на държавни гаранции за сключване на заеми и / или издаване на облигации от Закона за кредитните институции от 2012 г. (156 (I) / 2012)
8. Държавния закон за корпоративната собственост и корпоративното управление (1368/2007)

Бизнес Финланд функционира като финансираща агенция за иновации и технологическо развитие. Съгласно *пар. 1* от горепосочения закон, индустриалната и иновационната политика прилагана от Иновационния финансов бизнес център Финландия (*Иновационен финансов център*) принадлежи на Министерството на икономиката и заетостта. Министерството на икономиката и заетостта ръководи и контролира дейността на Иновационния финансов център. По смисъла на пар. 2, Иновационният финансов център управлява дружество с ограничена отговорност Business Finland Oy, чийто капитал е собственост на държавата.

Получатели на финансирането от Бизнес Финланд са университети, изследователски институти, като VTT Център за технологични изследвания на Финландия, Европейската космическа агенция, стартъпи, малки и средни предприятия, включително от туристическия бранш, големи корпорации и публични предприятия. Финансирането се отпуска за проекти, които предоставят възможност за трансформиране на идеи на етап проучване в реално функциониращи бизнеси и може да се комбинира пряко безвъзмездно финансиране с гарантиране на заеми, обвързани с успеха на новия бизнес.

Агенцията е базирана в Хелзинки. Тя се представлява от 14 регионални центъра за заетост и икономическо развитие (наричани също *TE-keskus*) из цялата страна. Има представителства също така в Бейджинг, Брюксел, Токио, Силиконовата Долина, Хонг Конг и САЩ, окръг Колумбия.

Операциите на Business Finland са внимателно регулирани. Дейностите се ръководят от съответните нормативни разпоредби, както следва - специфично законодателство, национални и европейски правила за държавна помощ, и в случай на дейности от фирмен тип - Законът за дружествата. Вземането на решения и корпоративното управление по отношение на собствеността на компанията се регулира от Държавния закон за корпоративната собственост и корпоративното управление.



Параграф 2 от Закона дефинира оперативното предназначение на организацията “Бизнес Финланд”:

Общата цел на операциите на Иновационния финансов център и Компанията е да помогне на индустриите да се обновяват и развиват чрез технологии и иновации, да насърчават международните мрежи и да подобряват качеството на трудовия живот. Освен това целта е да се увеличи добавената стойност, да се засили растежът на бизнеса и международната конкурентоспособност, да се увеличи износьт и чуждестранните инвестиции и капиталовите инвестиции във Финландия, както и туризмът във Финландия, и в дългосрочен план да се подобри производителността и да се създадат работни места и благосъстояние.

Организацията на Business Finland, както и основните му правомощия са дадени в *Закона за иновационния финансов център Бизнес Финландия и за дружеството с ограничена отговорност (1146/2017)*, чиито разпоредби се допълват от *Указ на правителството за Иновационен финансов център Business Finland и дружество с ограничена отговорност, наречено Business Finland (28 декември 2017)*.

5.6.1. Мисията на Финансовия център по смисъла на параграф 3 от закона е да популяризира:

- 1) развитие на иновациите, нови технологии и бизнес;
- 2) ефективни иновационни и експериментални среди, както и иновационен капацитет;
- 3) научноизследователска, развойна и иновационна дейност и широкото използване на резултатите от нея в бизнес дейности, трудов живот и другаде в обществото;
- 4) интернационализацията на финландските компании и научните изследвания и растежът на износа, както и ноу-хауто на компаниите, свързани с международния бизнес;
- 5) разпределянето на чуждестранни инвестиции и капиталови инвестиции във Финландия;
- 6) **растежът и развитието на туризма във Финландия от чужбина;**
- 7) развитието на пазара на частни капиталови инвестиции на ранен етап.

Иновационният финансов център се занимава и със задачите на органа за държавна помощ, свързани с подкрепата на бизнеса, енергетиката и околната среда.

Освен това Иновационният финансовият център изпълнява онези задачи, свързани с планирането, проучванията, експериментирането и наблюдението на бизнес и иновационната политика, които са му възложени от Министерството на икономиката и заетостта или които са предвидени отделно от него с постановление на правителството.

Указът, посочен по-горе, дефинира задачите на Business Finland, както следва:

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Съгласно **параграф 1 от Указа** за да изпълни задачите, предвидени в **раздел 3 от Закона** за иновационния бизнес на Финландия и дружеството с ограничена отговорност (1146/2017), Иновационен финансов център Бизнес Финландия:

- 1) финансира научноизследователски, развойни и иновационни проекти на предприятия и други общности;
- 2) финансира изследователски проекти на университети, политехники и други организации, ангажирани с публични изследвания (публична изследователска организация);
- 3) финансира иновативни научноизследователски и развойни проекти в трудовия живот;
- 4) насърчава интернационализацията на научноизследователските и иновационни дейности на компании и публични изследователски организации и влияе върху привлекателността на Финландия като място за мултинационални изследвания, разработване на продукти и иновативен бизнес;
- 5) насърчава широкото използване на резултатите от научноизследователска, развойна и иновационна дейност в бизнеса, трудовия живот и другаде в обществото;
- 6) предоставя малки енергийни субсидии за субсидии за бизнес, енергийна и екологична политика, субсидии за иновации в корабостроенето, субсидии за интернационализация на съвместни проекти и кредити за плащане на аудиовизуална продукция;
- 7) подпомага Министерството на заетостта и икономиката при управлението на космическите въпроси и се грижи за функциите на секретариата, посочени в раздел 4 от Указа за космическия консултативен съвет (288/1992);
- 8) подпомага Министерството на заетостта и икономиката при разглеждането на въпроси, свързани с научноизследователска дейност и технологично развитие и иновационни дейности в Европейския съюз;
- 9) грижи се за други международни задачи, предписани от Министерството на заетостта и икономиката;
- 10) насърчава изпълнението на задачите си, като управлява изцяло държавни дружества с ограничена отговорност и отговаря за тяхното корпоративно управление, както и като се грижи за регионалната мрежа, обхващаща цяла Финландия.

В допълнение **пар. 2 от Указа** предвижда, че във връзка с указаното в закона относно Компанията, последната:

- 1) планира и изпълнява изследователски и иновационни програми;
- 2) грижи се за задачите на Националната служба за изследвания и иновации на Европейския съюз и експертните служби за финансирането на научните изследвания и иновациите на Европейския съюз.



Компанията (дружеството) може да предоставя услуги, регламентирани в **раздел 3** от Закона за иновациите във Финландия, под ръководството на Иновационния финансов център, в съответствие със споразумение за услуги, което трябва да бъде сключено с центъра.

Специфична функция на Иновационния финансов център, посочена в **пар. 4, от Закона**, е т.нар. **“търг за малки и средни предприятия”**. По реда на *Закона за обществените поръчки и концесиите (1397/2016)* Иновационният финансов център може да участва в поръчки и да организира тръжни процедури с участието на малки и средни предприятия, включително такива от туристическия бранш, за производство на стоки и услуги от името на малки и средни предприятия, които получават финансиране от Иновационния финансов център за научно изследователска, развойна или иновационна дейност в съответствие със *Закона за държавните помощи (688/2001)*. Малки и средни предприятия означава малки и средни предприятия по смисъла на *Препоръка 2003/361 / ЕО на Комисията* относно определението за микро, малки и средни предприятия.

5.6.2. Задачи на Компанията

Компанията е второто основно звено в състава на Business Finland. Функциите ѝ са определени в **пар. 11 от Закона** за Business Finland.

Мисията на Компанията е да популяризира:

- 1) способността на предприятията да разработват и експлоатират с търговска цел иновациите и новите технологии и появата на нови иновативни предприятия;
- 2) изследователски и развойни дейности в подкрепа на обновяването на бизнес живота;
- 3) сътрудничество между компаниите и между тях и публични органи и изследователски организации;
- 4) интернационализацията на финландските компании и научните изследвания и растежът на износа и ноу-хау на компаниите, свързани с международния бизнес;
- 5) разпределянето на чуждестранни инвестиции и капиталови инвестиции във Финландия;
- 6) растежът и развитието на туризма във Финландия от чужбина.

Освен това Компанията се грижи за други задачи и задачи, възложени му отделно от Министерството на икономиката и заетостта.

По смисъла на разпоредбата на **параграф 12** от закона Компанията представлява дружество с ограничена отговорност, чийто едноличен собственик на капитала е държавата. Тя не е ориентирана към генериране на печалба, а в случай, че печалба все пак бъде генерирана, тя следва да бъде използвана изцяло за операции на самата компания.



Чл. 13 от закона предвижда възможност за сключване на споразумение за предоставяне на услуги между Иновационния финансов център и Компанията на годишна база, което определя мерките въз основа на законовите задачи на Компанията и годишното възнаграждение, което трябва да бъде изплатено. Споразумението за услуга е придружено от план за операциите на центъра и Компанията за следващите четири години. Иновационният финансов център действа като орган за държавна помощ и взема решения относно предоставянето, изменението и изплащането на държавна помощ, посочена в Закона за държавните помощи, както и решенията за заеми, посочени в Закона за държавното кредитиране и държавната гаранция (449/1988). В допълнение към Иновационния финансов център, Компанията може също да взема решения за предоставяне, изменение и плащане на държавна помощ *de minimis*, съгласно разпоредбата на параграф 14 от закона. Редът за изплащане на помощите е уреден подробно в Закона за държавната помощ, ако помощта е на стойност, ненадвишаваща 100 000 EUR. Финансовият център ръководи и контролира финансовите дейности на Компанията. Компанията осъществява надзор върху използването на държавната субсидия, която отпуска.

Иновационният финансов център взема решение за възстановяване на държавна помощ, предоставена от центъра и Компанията, спира или прекратява плащането и извършва проверки на бенефициентите.

Лицата, наети в Компанията, носят наказателна отговорност за нарушения при изпълнение на публичните си административни задължения, предвидени в закона.

По смисъла на разпоредбата на **чл. 16 от закона**, Иновационният финансов център наблюдава дейността на Компанията и може да инспектира операциите на държавната помощ на Компанията до степеня, в която е необходимо.

Независимо от разпоредбите за секретност, Компанията предоставя на Министерството и Иновационния финансов център, по тяхно искане, информацията, необходима за насочване и надзор на дружеството. Компанията има право да получи от Министерството и Иновационния финансов център информацията, необходима за изпълнение на задачите по този закон, независимо от разпоредбите за поверителност. Разкриването на информация за изпълнение на бизнес услуги е регламентирано от *Закона за информационната система за клиенти за бизнес услуги (293/2017)*.

5.6.3. Управление на Иновационния финансов център

Системата за управление на Иновационния финансов център е описана в **параграф 5 от Закона**. Генералният директор управлява, контролира и развива Иновационния финансов център и Компанията. Генералният директор се назначава от правителството. Той отговаря за



ефективността на операциите и постигането на целите на Министерството на икономиката и заетостта.

Директорът приема процедурния правилник на Иновационния финансов център. В процедурният правилник може да е предвидено делегиране правомощията на Изпълнителния директор за вземане на решения на лице, наето от Иновационния финансов център.

Генералният директор взема решение за корпоративното управление на Компанията-дружеството с ограничена отговорност.

В допълнение към законната разпоредба, параграф 6 от Указа предвижда следните отговорности на директора:

Генералният директор има следните правомощия:

- 1) упражнява правомощията за вземане на решения на държавата в общите събрания на дружества, контролирани от Иновационния финансов център;
- 2) подписва споразумение за услуги с Business Finland от името на Иновационния финансов център;
- 3) назначава и поема служители на Иновационния финансов център, различни от посочените в раздел 3 (5);
- 4) взема решение за финансиране, различно от посоченото в раздел 3 (2);
- 5) взема решение относно други решения за Иновационния финансов център.

5.6.3.1. Управителен съвет на Иновационен финансов център

Оперативното управление на Иновационния финансов център се осъществява от Управителен съвет, назначен от правителството с мандат от 2 години, по смисъла на **параграф 6 от Закона**.

Правителството назначава Председател и Заместник-председател в управителния съвет. Съветът се състои от минимум петима и максимум десет души, запознати със сферата на дейност на центъра, един от които представлява Министерството на икономиката и заетостта. Лице, наето от Финансовия център или Компанията, не може да бъде назначено за член на Управителния съвет. Генералният директор действа като докладчик на Управителния съвет. Той има право да присъства и да говори на заседанията му. Персоналът на Иновационния финансов център избира измежду своите членове представител в Управителния съвет, който има право да присъства и да говори на заседания на Управителния съвет по всички въпроси, с изключение на назначенията.

Параграф 3 от Указа предвижда следните **правомощия за вземане на решения на Управителния съвет на центъра**, както следва:

- 1) приема годишния бюджет на Финансовия център, плана за изпълнение и одобрява финансовите отчети и годишния отчет;



- 2) разпределя средства за научноизследователски, развойни и иновационни проекти на предприятия и организации, публични изследователски проекти и бизнес, енергийни и екологични проекти, при които финансовият принос на Иновационния финансов център надвишава 3 000 000 евро;
- 3) дава инструкции относно инвестиционната политика и други принципни въпроси на държавно дружество, занимаващо се с рисков капитал, управлявано от Иновационния финансов център;
- 4) приема програмите на Иновационния финансов център и Компанията и принципите за предоставяне на финансиране, политиките, свързани с финансирането, и други такива въпроси от значение за Иновационния финансов център;
- 5) назначава преки подчинени на Генералния директор;
- 6) назначава заместник-генералните директори.
- 7) взема решения относно общите политики на центъра, както и относно неговата ефективност и други цели, като взема предвид целите, съгласувани с Министерството на заетостта и икономиката;
- 8) одобрява споразумение за изпълнение с Министерството на икономиката и заетостта от името на Центъра;
- 9) взема решение за стратегията на центъра, проектобюджета, оперативния и финансов план и одобрява финансовите отчети и доклада на Съвета на директорите;
- 10) взема решение за значителни инвестиции или други значителни или дългосрочни ангажименти в сравнение с общото финансиране;
- 11) взема решения по други въпроси с широкообхватно или съществено значение за центъра или туристическата индустрия;
- 12) гарантира, че вътрешният контрол на центъра е правилно организиран;
- 13) взема решения за ключовите принципи на управление на риска и наблюдава реализацията на целите;

5.6.3.2. Вземане на решения в Управителния съвет на Финансовия център

Кворум за взимане на решения от Управителния съвет е налице, когато присъстват Председателят или заместник-председателят и поне половината от останалите членове.

Съветът на директорите решава въпросите, поставени за разглеждане и решаване от генералния директор с обикновено мнозинство от гласовете. В случай на равенство, решаващ е гласа на председателя.

5.6.3.3. Задължения на Управителния съвет

Параграф 7 дефинира задълженията на Управителния съвет, както следва:



1. ръководи, наблюдава и контролира дейността на Business Finland и взема решения за общи политики, като взема предвид целите, поставени от Министерството на икономиката и заетостта и принципите и насоките на корпоративното управление.
2. взема решение за финансиране за проекти, попадащи в сферата на компетентност на Иновационния финансов център на предприятията и общностите, в рамките на правомощията за разпределение, предоставени в държавния бюджет. По-подробни разпоредби относно критериите за отпускане на финансиране се уреждат с правителствено постановление.

5.6.4. Консултативни съвети за Business Finland

Параграф 8 от закона предвижда възможност Иновационният финансов център да създаде Консултативни съвети, които спомагат за наблюдението на дейностите на центъра и Компанията. Консултативните съвети подкрепят управлението и дейността на Business Finland, като създават важни преки контакти между ключови играчи в бизнеса и останалата част от обществото, както и чрез привеждане на техните знания, визия, контакти и възможности за влияние върху Бизнес Финландия за подобряване на нейната дейност. Групите поддържат актуална тематична визия по-специално относно конкурентната позиция на Финландия, предизвикателствата, възможностите, целевото състояние и мерките, необходими за постигането му.

Съветите провеждат срещи заедно с представители на Business Finland няколко пъти в годината, а председателите на групите се изслушват от Съвета на директорите на Business Finland в контекста на годишните тематични прегледи и когато се разглеждат нови програмни инициативи.

Съгласно разпоредбата на чл. 7 от Указа, Иновационният финансов център може да създава консултативни съвети в основните области на своята дейност за наблюдение на дейността на Бизнес Финландия и за поддържане и насърчаване на сътрудничеството между бизнеса, изследователските институти и университетите. Финансовият център може да създаде максимум шест консултативни съвета като взема решение за състава им за две години напред.

Консултативният съвет се състои от максимум 15 членове, Председател и заместник-председател, които представляват експертния опит, свързан със задачите на Business Finland..

5.6.5. Visit Finland

Business Finland работи в тясно сътрудничество с “Visit Finland” („Посетете Финландия”). “Посетете Финландия” работи за разработване и утвърждаване на имиджа на Финландия като туристическа дестинация, както и за подпомагане на финландските туристически компании да интернационализират, разработват, продават и предлагат на пазара висококачествени туристически продукти. „Посетете Финландия” също помага за улесняване на инвестициите във финландския туристически сектор и популяризира Финландия като международна дестинация за бизнес събития (Финландско конгресно бюро). **Финландското конгресно бюро (FCB)** е част от

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Visit Finland. FCB популяризира Финландия като международна дестинация за бизнес събития и предлага съвети и запознаване от първа ръка с Финландия при планиране на международна среща, събитие или конгрес.

Заклучение

Разпознатите тенденции, засягащи входящия туризъм, са устойчивостта и неговото въздействие върху поведението на туризма и пътуванията, цифровизацията, новите потенциални туристически пазари, както и повишеният международен интерес към някои от ключовите силни страни на Финландия: природа, сигурност, чистота и автентичност. Основно предизвикателство, пред което е изправен туризмът във Финландия, е неговата ценова конкурентоспособност, като високите данъци и разходи за труд са допринасящи фактори. Други предизвикателства включват сезонността, трудностите при намирането на квалифицирани работници, проблемите със свързаността и относително малко туристически бизнеси в подкрепа на растежа на туризма.

Съгласно новата туристическа стратегия 2019-28 и План за действие 2019-23, Постигане на повече заедно - Устойчив растеж и обновяване във финландския туризъм, Финландия има за цел да удвои туристическия износ и да бъде най-устойчивата дестинация в скандинавския регион. Стратегията идентифицира четири ключови приоритета за насърчаване на растежа и обновяването в сектора:

- подпомага дейности, които насърчават устойчивото развитие,
- отговарят на цифровите промени,
- подобряват достъпността
- осигуряват оперативна среда, която поддържа конкурентоспособността.

Сътрудничеството със съответните заинтересовани страни също играе важна роля. Редица скорошни междусекторни политически инициативи са в съответствие със стратегията. Финландската политика за храните „Храна 2030“ включва като цел укрепването на хранителния туризъм. Стратегии за защита на природната среда и ресурси с висока стойност, включително Стратегията за Арктическият регион, Стратегията за Балтийско море, актуализираната Национална стратегия за горите до 2025 г. и новите насоки за морска политика са тясно приведени в съответствие с целите на Програмата за 2030 г., вграждат устойчивостта като основен компонент и се стремят да развият нови пазарни възможности, като природния туризъм. Значението на туризма за растежа на финландската икономика е признато от финландското правителство. Правителствената подкрепа за туризма беше засилена с отпускането на допълнителна финансова подкрепа за Програмата за действие Туризъм 4.0 за периода 2018-19. Тази инициатива подкрепи прилагането на националната туристическа стратегия и имаше за цел да продължи скорошния растеж с инвестиции в маркетинга, засилване на цифровизацията,

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризъм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



мерки за справяне със сезонността и стъпки за подобряване на устойчивостта на туристическия бизнес. Последната цел се подкрепя от програмата за устойчиво пътуване в Арктика, реализирана от Business Finland / Visit Finland. Една от основните мерки е да се създаде етикет за устойчиво пътуване във Финландия както за бизнеса, така и за дестинацията. Концепцията има три цели:

- ✓ да бъде инструмент за устойчиво развитие с нисък праг за туристическите дестинации и бизнеса;
- ✓ инструмент за маркетингова комуникация за Visit Finland; и
- ✓ етикет за идентифициране на устойчиви туристически бизнеси и дестинации, както за туристическа търговия, така и за потребители.

IV. Преглед на действащото българско законодателство в областта на туризма

1. Нормативни актове

1.1. Европейски нормативни актове

1.1.1. Директива 2006/123/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно услугите на вътрешния пазар (ОВ L 376, 27.12.2006 г.)

Директивата е европейски нормативен акт, с който се цели да се премахнат административните и правни бариери пред дейностите по предоставяне на услуги, да се създаде по-прозрачна бизнес среда и нови възможности за бизнес в рамките на Единния пазар на ЕС. Директивата обхваща широк кръг от икономически дейности в сектора на услугите, като се прилага за всички услуги, които не са изрично изключени от нейния обхват като нестопански услуги от общ интерес, финансови услуги, електронни съобщителни услуги и мрежи, услуги в областта на транспорта, услуги на агенции за временна заетост, здравни услуги, аудиовизуални услуги, хазартни дейности, услуги и дейности, свързани с упражняването на публична власт, социални услуги по социално настаняване, грижи за деца и подпомагане на семейства или лица, временно или постоянно в нужда, частни услуги за сигурност, услуги, предоставяни от нотариуси и съдебни изпълнители. По аргумент на противното основание се прави заключение, че директивата обхваща услугите, предоставяни в туристическия сектор.

Директивата регламентира общите правила и принципи относно правото на установяване на доставчиците на услуги и свободното предоставяне на услуги в съответствие с разпоредбите на чл. 49 и чл. 56 от Договора за функциониране на ЕС. Разпоредбите на директивата са въведени в



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

българското законодателство със **Закона за дейностите по предоставяне на услуги, който е в сила от 23.02.2010 г.**

1.1.2. Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно заблуждаващата и сравнителната реклама (ОВ L 376, 27.12.2006 г.)

Туризмът е отрасъл, който зависи до голяма степен от доверието на потребителя. В областта на българския туризъм заблуждаващата реклама е често срещано явление. Това обстоятелство води до накърняване на потребителския интерес, което от своя страна, влияе отрицателно на пазара и има негативни влияния върху имиджа на страната като цяло.

Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно заблуждаващата и сравнителната реклама отменя Директива 84/450/ЕИО на Съвета относно сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки, свързани със заблуждаваща реклама (ОВ L 250, 19.9.1984 г.), която държавите от ЕС трябваше да въведат в националното законодателство до 1 октомври 1986 г., и Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за изменение на Директива 84/450/ЕИО относно заблуждаващата реклама с цел да се обхване сравнителната реклама (ОВ L 290, 23.10.1997 г.). **Правилата на директивата са транспонирани в Закона за защита на конкуренцията (Обн. ДВ, бр. 102 от 28.11.2008 г.).**

Със законодателството на ЕС в областта на заблуждаващата и сравнителната реклама (Директива 2006/114/ЕО от 12 декември 2006 г.) се установяват минимални общоевропейски правни стандарти за защита на бизнеса от заблуждаващи търговски практики. Директивата предвижда минимални и обективни критерии за определянето на това дали дадена реклама е заблуждаваща и следователно неразрешена, докато относно сравнителната реклама директивата изброява кумулативните условия, на които трябва да отговаря една сравнителна реклама, за да бъде определена като разрешена.

Забранени са реклами, които подвеждат или могат да подвеждат хората, които ги получават. Заблуждаващото естество на тези реклами може да засегне икономическото поведение на потребителите и търговците или може да е пагубно за даден конкурент. Заблуждаващото естество на рекламите зависи от набор от критерии: характеристиките на стоките и услугите (наличност, естество или състав, метод на производство или предоставяне, произход и т.н.), резултатите, които могат да се очакват от тяхната употреба, и резултатите от извършваните проверки за качество; цената или начина, по който се изчислява цената; условията, при които се доставят стоките или се предоставят услугите; естеството, характерните качества и правата на рекламода-

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

ля (идентификационни данни и активи, квалификация, права върху интелектуална собственост и т.н.).

Сравнителната реклама пряко или косвено посочва конкурента или предлагани от него стоки или услуги. Този вид реклама е разрешена само, когато не е заблуждаваща. Тя може да бъде допустимо средство за информиране на потребителите за техните интереси. Следователно, по-конкретно сравненията следва да се отнасят до стоки или услуги, предназначени за задоволяване на едни и същи нужди или предвидени за една и съща цел, до продукти с еднакво предназначение, да сравняват обективно основни, относими, проверими и представителни характеристики на съответните стоки и услуги, които могат да включват и цена, да не създават объркване сред търговците и да не дискредитират, имитират или да се възползват от търговски марки или търговски наименования на конкурент.

Съгласно Директива 2006/114/ЕО държавите членки осигуряват наличието на подходящи и ефективни средства за борба със заблуждаващата реклама и налагат спазването на разпоредбите относно сравнителната реклама. Законът за защита на конкуренцията урежда заблуждаващата и сравнителната реклама като форма на нелоялната конкуренция.

1.2. Български нормативни актове

1.2.1. Общи

1.2.1.1. Конституция на Република България

В правната система на Република България участието на държавата в сферата на туризма е регламентирано в Конституцията на страната и по-конкретно в **чл. 52, ал. 3**, съгласно който „Държавата закриля здравето на гражданите и насърчава развитието на спорта и туризма“. Посочената разпоредба е основно отправно положение за развитието на българското законодателство в областта на туризма, което се изгражда в духа и принципите на Конституцията на Република България. Туризмът е приоритетен отрасъл в икономиката на България и формулирането на правните принципи на държавно регулиране в тази област е от особено важно значение за правната рамка, в която той функционира и се развива.

На следващо място, Конституцията определя правната рамка на организационните и социално-икономическите основи за реализация на националната туристическа политика и вземането на стратегически решения в тази сфера чрез създаване на система от органи и изчерпателно регулиране на техните правомощия. Народното събрание е компетентният орган да приема, изменя и допълва законите съгласно чл. 84, т. 1 от Конституцията.

Министерският съвет и министрите приемат въз основа и в изпълнение на законите

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



различни по съдържание и насоченост нормативни и ненормативни актове, регламентирани в чл. 114 и чл. 115 от Конституцията (постановления, правилници, наредби, инструкции, разпореждания, решения и заповеди в изпълнение на правомощията си, възложени от Конституцията и детайлизирани в законите, и в рамките на предоставените им компетенции по издаване на административни актове.

Важен аспект в сферата на туризма са правата на потребителите на туристически услуги и тяхната защита. В **чл. 19, ал. 2** от Конституцията е установен принципът, че по законодателен ред трябва да се защити потребителят, в това число и туристите, като потребители на специфичен вид продукти, като се установят определени стандарти за качеството на предложените стоки и услуги. Смыслът на чл. 19, ал. 2 от Конституцията е широк и не се изчерпва с предписанието да се приеме специален закон за защита на потребителите. От текста на разпоредбата следва, че във всички случаи, когато закон регламентира правните условия за осъществяване на стопанска дейност, е необходимо да се уреди и защитата на потребителите, в случай че съответната стопанска дейност рефлектира върху правата им.

1.2.1.2. Закон за нормативните актове

(Обн. ДВ, бр. 27 от 03.04.1973 г.)

Йерархичността е най-характерната черта на системата на нормативните актове. Тя зависи от вида и значимостта на държавния орган, който издава или приема съответния нормативен акт. В Република България йерархията на нормативните актове е определена в Конституцията от 1991 год. и Закона за нормативните актове.

В Република България нисходящата йерархия на нормативните актове е както следва:

1. Основни нормативни актове на Европейския съюз.
2. Конституция на Република България;
3. Международни договори, по които България е страна, ратифицирани са и са влезли в сила;
4. Кодекси и закони;
5. Подзаконовни нормативни актове:
 - 5.1. Постановления на Министерски съвет (МС), с които се приемат правилници, наредби или инструкции; 2
 - 5.2. Постановления на Министерски съвет, с които урежда съобразно законите неуредени от тях обществени отношения в областта на неговата изпълнителна и разпоредителна дейност;
 - 5.3. Правилници;
 - 5.4. Наредби;
 - 5.5. Инструкции



Законът за нормативните актове създава няколко основни правила относно издаването на нормативните актове, които имат принципно значение за нормотворческата дейност. Едно от тях е, че такива актове могат да се издават само от органите, предвидени в Конституцията или в закон. Те не могат да прехвърлят компетентността на други органи. Законът е този вид нормативен акт, който трябва да уреди в пълнота всички обществени отношения, регулирани от държавата. В него трябва да се конкретизира материята, която трябва да бъде регламентирана от друг, последващ акт, който ще се издаде по приложението на закона. Обществените отношения от една област се уреждат с един акт. При нужда, той се допълва или изменя, без да се създава друг нормативен акт от същата степен. Актът по прилагане на закон може да урежда само материята, за която е предвидено той да бъде издаден. Посочените правила имат за цел да предотвратят стълкновенията между нормативните актове и осигурят тяхното единство.

При оформяне на нормативни текстове се спазват изискванията на Закона за нормативните актове и Указ № 883 (Обн. ДВ бр. 46/2007 г.). Съгласно чл. 9 от ЗНА разпоредбите на нормативните актове се формулират на общоупотребимия български език, кратко, точно и ясно.

1.2.1.3. Указ № 883 за прилагане на Закона за нормативните актове (Обн. ДВ бр. 46/2007 г.)

Строежът на предложенията за нормативни текстове и формулирането на техните разпоредби се урежда с разпоредбите на Указ № 883 по прилагане на Закона за нормативните актове. Указ 883 за прилагане на ЗНА определя основните елементи, които следва да съдържа структурата на нормативния акт, а именно:

1.2.1.3.1. Наименование на юридическия акт: Според чл. 24, ал. 1 от УПЗНА всеки нормативен юридически акт, следва да има наименование (заглавие). Основното изискване по отношение на наименованието на акта според посочения по-горе текст на Указа е то да сочи „вида на акта и главния предмет“.

1.2.1.3.2. Структурната организация на съдържанието на словесно – документалния текст на законопроектите на свой ред се изгражда от следните основни елементи:

1.2.1.3.2.1. Съдържанието е най-важната част от структурата на нормативния акт. По отношение на основната част от съдържанието на нормативния юридически акт, чл. 28, ал. 1 от УПЗНА посочва по принцип отделните елементи, които могат да изграждат съдържанието на акта:

- а) части;
- б) дялове;
- в) глави;
- г) раздели;

Посочените структурни елементи не са задължителни, но предпоставят по-голяма свобода на преценка на съставителя на нормативния акт. Задължителните вътрешни подразделения на



нормативен акт са членовете /респективно параграфите при допълнителните, преходните и заключителните разпоредби, както и при законопроектите/. Съгласно чл. 26, ал. 1 от ЗНА, всеки нормативен юридически акт се състои от членове“. Така членовете се явяват основните първични структурни единици в подразделението на текста на нормативните юридически актове.

1.2.1.3.2.2. Членовете, на свой ред, представляват сложни по своя строеж структурни подразделения. Според чл. 26, ал. 2 от Указ 883, „членът може да се състои от алинеи, алинеята – от точки, а точката – от букви“. Членовете като първични структурни единици на нормативните юридически актове, закрепват относително самостоятелни правно – нормативни обобщения, относително самостоятелни правни предписания.

1.2.1.3.2.3. Словесно – документалния текст на нормативните юридически актове задължително трябва да следва естествената, дълбочинната логика на самото правно регулиране на обществените отношения. Своеобразен отговор на това правно изискване при създаване на нормативните актове са правните разпоредби, закрепени в чл. 30 от Указ № 883, който гласи, че „Общите разпоредби на нормативния акт предхождат особените разпоредби“. Това правило отразява основния принцип на континенталната правна система, че основното и най-важно от регулиращата енергия на правото се постига посредством формулирането на нормативни обобщения с висока степен на абстрактност. Това съответства на дълбочинната своеобразна логика на правното регулиране на обществените отношения. Правилото, закрепено в чл. 30, ал. 1 от УПЗНА има императивен характер. Чл. 30, ал. 2 от Указ 883 определя, че „когато особените разпоредби с различен предмет са много, те се подреждат по следния начин: устройствени, материалноправни, процесуалноправни и наказателни разпоредби“.

1.2.1.3.2.4. Допълнителни, преходни и заключителни разпоредби – изобразяват се като параграфи със самостоятелна номерация, които се разполагат в края на нормативните актове, като задължително следват посочената по-горе разпоредба. В чл. 32, ал. 2 УПЗНА дава уредба на тази част от нормативните актове в три точки:

а/ Правила, които са странични, спрямо основния предмет на акта, но е необходимо да бъдат включени в него;

б/ Съгласно чл. 2 и чл. 32 от УПЗНА, към допълнителните правни разпоредби се отнасят също така и разпоредби, отнасящи се до повече подразделения на акта, но поради характера или обсега на приложението им не могат да бъдат включени в общите правила. Тук става дума за предписания от общ характер, т.е. разпоредби, отнасящи се до повече подразделения на акта. Те предхождат „специалните разпоредби“, т.е. тяхното логично място е в началото на нормативния акт. Общите разпоредби на нормативния акт са свързани или с характера, или с обсега на приложението на нормите, включени в основното съдържание на нормативния акт.

в/ Третият вид допълнителни предписания съгласно чл. 32, ал. 2, т. 3 от УПЗНА закрепват „обяснения на думи и изрази, които се употребяват многократно в нормативния акт или чието



обяснение не е възможно да се даде в съответния текст на акта.

1.2.1.3.2.5. Преходните и заключителни разпоредби

• **Преходните нормативни разпоредби** уреждат проблеми, свързани с действието на нормативните актове във времето. Съгласно чл. 34 от УПЗНА има две възможности за използване на този вид разпоредби:

а/ продължаване действието на правила, отменени с новия нормативен акт, т.е. само временно пролонгиране на действието на вече отменени регулаторни режими и правни правила със съответния законопроект, когато нуждите на правното регулиране налагат това;

б/ когато с преходните разпоредби се урежда прилагането на правила, отменени с новия нормативен акт, „спрямо висящи правоотношения, които са започнали, но не са завършили при действието на отменения нормативен акт“.

• **Заключителни правно – нормативни разпоредби:** няколко хипотези на тяхното възможно прилагане са уредени в чл. 35, ал. 1 от Указа. Общото за всички тях е, че се отнасят до решаването на проблеми, свързани с действието на нормативните актове във времето и пространството:

- правила, по които се придава обратна сила на акта;
- отлагане на действието на акта във времето;
- ограничаване на приложението на акта за част от територията на страна;

Чл. 35, ал. 2 се отнася до използването на заключителни разпоредби, свързани с отмяната на заварени нормативни актове: „когато с нов се замества действащ нормативен акт, правилата за неговото отменяне, както и правилата за отменяне, изменяне и допълване на други нормативни актове се включват в заключителните разпоредби“.

1.2.1.3.2.6. Забележки и примери

1.2.1.3.2.7. Списъци, таблици, тарифи, схеми, формули и др.

1.2.1.4. Закон за администрацията

(Обн. ДВ, бр. 130 от 05.11.1998 г.)

Този закон урежда правомощията на органите на изпълнителната власт, структурата и организацията на дейността на тяхната администрация. Правната материя е структурирана

в 5 Глави; 64 члена и включва Допълнителни, Преходни и заключителни разпоредби. В закона се съдържат и различни критерии за групиране на органите на изпълнителната власт, както следва:

1.2.1.4.1. Централни и териториални - съгласно чл. 19 от Закона за администрацията органите на изпълнителната власт са централни и териториални според териториалния обхват на тяхната компетентност.



1.2.1.4.1.1. Централни органи на изпълнителната власт:

- Министерски съвет
- Министър-председател
- Заместник министър-председателите
- Министри
- Председатели на държавните агенции
- Председатели на държавните комисии
- Изпълнителни директори на изпълнителните агенции
- Ръководители на държавни институции, създадени със закон или с постановление на Министерския съвет, които имат функции във връзка с осъществяването на изпълнителната власт

1.2.1.4.1.2. Териториални органи на изпълнителната власт:

- Областните управители
- Кметовете на общини, на райони и на кметства
- Кметските наместници

1.2.1.4.2. Колегиални и еднолични - органите на изпълнителната власт се разделят и на еднолични и колегиални в зависимост от персоналия състав и начина на взимане на решения.

1.2.1.4.2.1. Колегиални органи на изпълнителната власт:

- Министерски съвет

1.2.1.4.2.2. Еднолични органи на изпълнителната власт:

- Министър-председател
- Заместник министър-председателите
- Министрите
- Председателите на държавните агенции
- Изпълнителните директори на изпълнителните агенции
- Ръководителите на държавни институции, създадени със закон или с постановление на Министерския съвет, които имат функции във връзка с осъществяването на изпълнителната власт
- Областните управители
- Кметовете на общини, на райони и на кметства
- Кметските наместници

1.2.1.4.3. Органи със обща или специална компетентност – според обема на правомощията

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



органите на изпълнителната власт са с обща компетентност или със специална компетентност.

1.2.1.4.3.1. Органи с обща компетентност

- Министерски съвет
- Министър-председател
- Областните управители
- Кметовете на общини, на райони и на кметства
- Кметските наместници

1.2.1.4.3.2. Органи на изпълнителната власт със специална компетентност

- Министрите
- Заместник министър-председателите
- Председателите на държавните агенции
- Председателите на държавните комисии
- Изпълнителните директори на изпълнителните агенции
- Ръководителите на държавни институции, създадени със закон или с постановление на Министерския съвет, които имат функции във връзка с осъществяването на изпълнителната власт

1.2.1.5. Закон за дейностите по предоставяне на услуги (Обн. ДВ, бр. 15 от 23.02.2010 г.)

В Закона за дейностите по предоставяне на услуги са транспонирани разпоредбите на Директива 2006/123/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 г. относно услугите на вътрешния пазар с цел прецизиране и допълнение на съществуващата в България нормативна уредба в областта на установяването и свободното предоставяне на услуги и постигане на пълно съответствие с разпоредбите на европейското законодателство в областта на услугите на вътрешния пазар. По подобие на директивата в закона са изрично изключени услугите, които не попадат в неговия обхват. По аргумент на противното основание се прави заключение, че законът се прилага и за туристическите услуги.

Предмет на правна регламентация на закона са общите правила за упражняването на свободата на установяване на доставчиците на услуги и свободното движение на услуги при запазване на високото им качество. Целите на закона са улесняване упражняването на дейности по предоставяне на услуги от доставчици, установени в държава членка, гарантиране правата на доставчиците и получателите на услуги, намаляване на административната тежест за доставчиците на услуги, установени в държавите членки, и опростяване на процедурите за компетентните органи в Република България чрез установяване на единно звено за контакт и



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

предоставяне на услуги по електронен път, установяване на система за обмен на информация и взаимно сътрудничество между компетентните органи в Република България и тези в държавите членки.

Законът регламентира, че доставчиците на услуги не могат да дискриминират пряко или непряко получателя на услугата по причини, свързани с гражданство, местопребиваване или място на установяване. Общите условия за достъп, които са определени, прилагани и предоставени на разположение на широката общественост от доставчиците на услуги, не могат да съдържат дискриминационни разпоредби, свързани с гражданството, местопребиваването или мястото на установяване на получателя на услугата.

В резултат на транспонирането на директивата в българския закон се създава по-голяма правна сигурност за доставчиците на услуги. Уреден е механизъм за контрол на процеса по въвеждане на нови нормативни изисквания относно достъпа до услуги или упражняването на дейности по предоставяне на услуги. Достъпът до услуги и упражняването на дейност по предоставяне на услуги се извършва свободно, освен когато акт на Европейския съюз или специален закон, който въвежда изисквания на актове на Европейския съюз, предвижда друго. Разрешителен режим за упражняване на дейност по предоставяне на услуги се въвежда само когато е в съответствие със следните принципи: недискриминация, необходимост, пропорционалност.

Относно компетентните органи, които има правомощия във връзка с упражняването на дейности по предоставяне на услуги, законът препраща към специални закони, в които се съдържа уредба на съответната услуга.

В резултат на изложеното, се прави извод, че в анализирания закон липсва регламентация на статут и функции на орган, представляващ националната туристическа организация, основана с цел създаване и промотиране на българския туризъм на национално и международно равнище.

1.2.1.6. Закон за местните данъци и такси (Обн., ДВ, бр. 117 от 10.12.1997 г.)

Законът за местните данъци е приет през 1997 г., в сила от 01.01.1998 г. и многократно изменян.

По отношение на туристическата дейност, считано от 01.01.2011 г. Законът за местните данъци урежда постъпването в общинския бюджет на туристически данък (чл. 1, ал. 1, т. 7 и Раздел VII от закона), който замества предвидената дотогава от закона туристическа такса.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

С туристическия данък се облагат нощувките. Данъчно задължени лица са лицата, предлагащи нощувки.

Данъкът се внася в приход на бюджета на общината по местонахождение на местата за настаняване, като в срок до 31 януари на всяка година лицата, предлагащи нощувки подават декларация за облагане по образец.

Общинският съвет на съответната община определя с наредба размера на данъка в граници от 0,20 лв. до 3,00 лв. за всяка нощувка съобразно населените места в общината и категорията или регистрацията на местата за настаняване по Закона за туризма.

Размерът на дължимия данък за календарния месец се определя от служител на общинската администрация въз основа на данни от Единната система за туристическа информация.

Съгласно Закона за местните данъци и такси приходите от туристическия данък се разходват за предвидените в общинската програма за развитие на туризма проекти, включващи мероприятия за:

- изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма на територията на общината, включително местните пътища до туристически обекти;
- изграждане и функциониране на общински туристически информационни центрове и организация на информационното обслужване на туристите;
- изграждане и поддържане на туристически обекти, които са общинска собственост или за които правото за ползване и управление е предоставено на общината;
- организиране на събития и мероприятия с местно и национално значение, които допринасят за развитието на туризма;
- провеждане на проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината;
- реклама на туристическия продукт на общината, включително участие на туристически борси и изложения;
- взаимодействие и членство на общината в туристически сдружения и в съответната организация за управление на туристическия район;
- подобряване качеството на услугите, предлагани в общинските туристически обекти;
- благоустрояване, изграждане и поддържане на инфраструктурата – общинска собственост, в националните курорти, когато на територията на общината има такива.

1.2.2. Специални

1.2.2.1. Закон за туризма

(обн. ДВ, бр. 30 от 26.03.2013 г.)

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Основен нормативен акт в сферата на туризма е Законът за туризма. Законът урежда организацията и управлението на туризма в България и основната му цел е да осигури условия за развитие на туризма като отрасъл с приоритетно значение.

Правната материя е организирана в 17 Глави, 11 раздела и 232 члена, Допълнителни разпоредби и Преходни и заключителни разпоредби,.

Държавната политика в областта на туризма може да се разглежда като съвкупност от принципи и действия, насочени към създаване на условия за устойчиво развитие на туризма. Основните цели са освен развитие на туризма в страната и увеличаване на конкурентоспособността на българската икономика, инвестиране в човешкия капитал и използване на природните ресурси по начин, който цели да посрещне човешките потребности, като същевременно бъде запазен естественият баланс в околната среда, така че тези потребности да могат да бъдат посрещани, както в текущия момент, така и в далечното бъдеще. Политиката в областта на туризма се стреми да създаде среда, която задоволява интересите и повишава благосъстоянието на населението, като същевременно съхранява природните и социално-културни ресурси на местната среда. За постигане на набелязаните цели, държавата чрез своите органи предвижда създаването на подходяща нормативна база за развитие на ваканционния, културно-историческия, екологичния, здравния и на балнеоложкия, спортния, селския, конгресния и друг туризъм, реализиране на национална реклама на туристическия продукт и осъществяване на ефективно управление и контрол върху качеството на туристическия продукт.

Предмет на правната регулация, предоставена със Закона за туризма, са обществените отношения, свързани с управлението, регулирането и контрола върху туристическите дейности, услуги и обекти, туристическото райониране на страната, туристическите райони, създаването, устройството, организацията и дейността на организациите за тяхното управление, правомощията на държавните органи, териториалните органи на изпълнителната власт, организациите за управление на туристическите райони и туристическите сдружения по формиране и провеждане на политика за устойчиво развитие на туризма.

Целите на закона са осигуряване на условия за устойчиво развитие на туризма и конкурентоспособен национален туристически продукт, създаване на условия за развитие на морски и ски туризъм, както и на специализираните видове туризъм, въвеждане на единни критерии за извършване на туристически дейности и предоставяне на туристически услуги, защита на потребителите на туристическите услуги, създаване на условия за устойчиво развитие на националните курорти.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



На основание чл. 15 от Закона за туризма е въведено туристическо райониране на страната и управление на туристическите райони. Районите покриват цялата територия на страната, като територията на една община не може да бъде разделяна между два района и не може да принадлежи едновременно към два различни района. Туристическите райони имат наименование, лого и слоган и се обявяват със заповед на министъра на туризма, която се обнародва в Държавен вестник, съгласно чл. 16, ал. 3 от Закона за туризма. Към датата на изготвяне на настоящия доклад въз основа на Заповед № Т-РД-14-63/15.05.2015 г. на министъра на туризма (обн. в ДВ. бр. 56 от 24.07.2015 г.), са обособени 9 туристически района и са определени следните центрове:

1. Дунавски туристически район – гр. Русе
2. Старопланински туристически район – гр. Велико Търново
3. Софийски туристически район – гр. София
4. Тракийски туристически район – гр. Пловдив
5. Туристически район Долината на розите – гр. Казанлък
6. Рило-Пирински туристически район – гр. Благоевград
7. Родопски туристически район – гр. Смолян
8. Варненски черноморски туристически район – гр. Варна
9. Бургаски черноморски туристически район – гр. Бургас

Туристическото райониране е предпоставка за развитие на конкурентоспособен туризъм, провеждане на регионална туристическа политика, съобразена с териториалните особености и спецификата на различните части от страната и осъществяване на ефективен регионален маркетинг, който да направи туристическите райони разпознаваеми за потенциалните туристи и успешно да ги промотира, както на вътрешния, така и на международния пазар.

В чл. 59 от ЗТ е уредено задължение на държавата да подпомага финансово устойчивото развитие на туризма чрез осигуряване на средства за национален туристически маркетинг и реклама, единната система за туристическа информация, дейността на ОУТР, проучвания и анализи на туристическото развитие, стратегическо и продуктово планиране на туризма на национално ниво, контрол върху качеството на туристическите дейности и услуги, участия в проекти по международни програми, изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма - държавна собственост, повишаване на енергийната ефективност и въвеждане на екологични технологии в областта на туризма, изграждане и поддържане на туристическите забележителности, базирани на културните ценности по Закона за културното наследство, културните институти по Закона за закрила и развитие на културата, защитените територии по Закона за защитените територии.



По бюджета на Министерството на туризма се администрират следните приходи субсидия от държавния бюджет, определяна със закона за държавния бюджет за съответната година, такси за регистрация на туристически дейности, категоризация и сертификация на туристически обекти, приходи от глоби и имуществени санкции, наложени по ЗТ, с изключение на приходите от наложените глоби и имуществени санкции от кметовете на общини, лихви, средства по международни програми и споразумения, дарения и помощи,

Средствата за развитието на туризма в общините се набират от средства, предоставени за изпълнение на целеви програми и проекти, средствата, събрани от туристическия данък, дарения и помощи, средства по международни програми и споразумения, когато не е предвидено те да постъпят в държавния бюджет.

1.2.2.1.1. Институционални структури и субекти на управление на туризма съгласно Закона за туризма

Структуриране на институциите, отговорни за развитието на туристическите дейности, и ясно регламентиране на техните правомощия са в основата на устойчивото развитие на туристическия сектор. Като институции следва да бъдат разбирани както органите на властта /органи на изпълнителната власт и органи на местното самоуправление/, органи с консултативни функции, така и субекти на частното право. Практиката на успешите, конкурентоспособни и ефективно развиващи се туристически държави показва, че когато даден отрасъл се поставя като приоритетен, следва да му се даде необходимата власт да управлява финансови ресурси и необходимия имидж и сериозни функции да координира националната, регионалната и местната политика на туризма.

Въз основа на анализа на нормативната уредба, съдържаща се в Закона за туризма, се извеждат следните субекти от публичния и частния сектор, притежаващи правомощия и функции в сферата на туризма:

Публични институции

1. Органи на изпълнителната власт

1.1. Централни органи на изпълнителната власт

1.1.1. Министерски съвет

1.1.2. Министър на туризма

1.2. Териториални органи на изпълнителната власт

1.2.1. Областен управител

1.2.2. Кмет на община

2. Органи на местното самоуправление



2.1. Общински съвет

3. Консултативни органи

3.1. Съвети

3.1.1. Национален съвет по туризъм

3.1.2. Консултативен съвет по въпросите на туризма на територията на общината

3.2. Експертни комисии

3.2.1. Национални

3.2.1.1. Експертна комисия по регистрация на туроператори и туристически агенти (ЕКРТТА)

3.2.2.2. Експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ЕККТО)

3.2.2.3. Експертна комисия по сертификация на туристически обекти (ЕКСТО)

3.2.2.4. Експертна комисия за регистрация на ски училища (ЕКPCY)

3.2.2.5. Експертна комисия за определяне степента на сложност на ски пистите (ЕКОСССП).

3.2.2. Общински

3.2.2.1. Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти

Субекти на частното право

1. Организации за управление на туристическите райони

2. Туристически сдружения

Правомощията, статута и взаимодействието между отделните органи и лица са уредени в Закона за туризма и включват:

Органи на изпълнителната власт

1. Министерски съвет

Държавната политика в областта на туризма се определя от Министерския съвет. Министерският съвет одобрява Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма и стратегии за развитие на отделни видове туризъм.

2. Министър на туризма

Съгласно чл. 6 от Закона за туризма правомощията на министъра на туризма са разработване и контролиране изпълнението на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма и на стратегии за развитие на отделни видове туризъм, както и краткосрочни програми и планове за прилагането им, разработване и изпълнение на национална маркетингова стратегия; утвърждаване и изпълнение на годишната програма за национална туристическа реклама; разработване и утвърждаване на концепция за туристическо райониране на страната; отправяне на предложения до Министерския съвет за обявяване на национални курорти; осъществяване на координация и взаимодействие с организациите за управление на туристическите райони при реализацията на националната маркетингова стратегия и разработването на маркетинговите стратегии на туристическите райони; организация на извършването на маркетингови проучвания



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

на основни и перспективни пазари за българския туристически продукт, както и проучвания в сферата на туристическата реклама и анализи на ефективността, организация на участието на Република България в международни туристически изложения, панаири и прояви, свързани с туризма; организация на опознавателни журналистически пътувания и посещения на чужди туроператори и туристически агенти в страната; изработване и разпространяване на рекламни и информационни материали и сувенири; набиране, обработване и анализиране на статистически данни за развитието на търсенето и предлагането в държави - основни пазари за националния туристически продукт; поддържане, актуализиране и популяризиране на Националния туристически интернет портал; разработване и осъществяване на комуникационни кампании на вътрешния и чуждестранни пазари; осигуряване дейността на Националния туристически информационен център; взаимодействие с компетентните държавни органи и с териториалните органи на изпълнителната власт, с организациите за управление на туристическите райони, туристическите сдружения, вписани в Националния туристически регистър, при осъществяване на дейността им в областта на туризма; съдействие за реализацията на инициативи на туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, когато те съответстват на целите и приоритетите на Министерството на туризма в областта на туризма за съответната година; организиране и координиране контрола върху качеството на туристическия продукт; подпомагане дейността на компетентните органи за провеждане на държавната политика по отношение на обучението и повишаване квалификацията на кадрите в туризма; подпомагане на дейността по привличане на инвестиции и съдействие за реализиране на проекти за устойчиво и балансирано развитие на туризма на национално, регионално и местно ниво, включително за изграждането и развитието на инфраструктурата, свързана с туризма; разработване на проекти и участие в разработването, оценяването, наблюдението и контрола върху изпълнението на програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации; предлага създаването на туристически представителства на Република България в чужбина; организира поддържането на Единната система за туристическа информация; организира воденето, актуализирането и поддържането на Националния туристически регистър и Националния регистър на туристическите забележителности, фестивали и събития; създаване на национална мрежа от туристически информационни центрове, функциониращи въз основа на единни стандарти; разработване и съдействие за въвеждането на доброволни системи за сертифициране на качеството и устойчивото туристическо развитие; ръководство на Националния съвет по туризъм; регистрацията на туроператорите и туристическите агенти; определяне на категорията на туристически обекти в посочените в този закон случаи; сертифициране на туристически обекти в посочените от закона случаи.

3. Областен управител

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Компетентността на областния управител, в качеството му на орган, който провежда държавната политика в областта на туризма по места, е определена в чл. 10 от Закона за туризма. Правомощията му включват разработването на областната стратегия и участие в разработването на програми за развитието на туризма на територията на областта и координиране тяхното изпълнение; сътрудничество и подпомагане инициативи на държавните органи, организацията за управление на съответния туристически район и на туристическите сдружения за развитие на туризма на територията на областта, осъществяване на контролни функции в предвидените в Закона за туризма случаи.

В обобщение неговите функции са насочени към съдействие на министъра на туризма при осъществяване на неговите правомощия, посочени в предходната точка, в областта.

4. Кмет на община

Като орган на изпълнителната власт в общината кметът сътрудничи и подпомага инициативи на държавните органи, организацията за управление на туристическия район и на туристическите сдружения за развитие на туризма на територията на общината в изпълнение на националната политика в областта на туризма;

Съгласно чл. 12 от Закона за туризма кметът на всяка община е длъжен да:

- а.** създава и ръководи консултативен съвет по въпросите на туризма;
- б.** създава общинска експертна комисия по категоризиране на туристическите обекти;
- в.** определя категорията на туристическите обекти по предложение на общинската експертна комисия по категоризиране;
- г.** създава и поддържа регистър на категоризираните туристически обекти на територията на общината и ежемесечно изпраща информация от регистъра до министъра на туризма;
- д.** заверява регистрите за настанените туристи на лицата, извършващи туристическа дейност хотелиерство на територията на общината;
- е.** организира информационното обслужване на туристите, включително чрез създаване на туристически информационни центрове или бюра;
- ж.** предлага на общинския съвет да определи размера на туристическия данък
- з.** събира статистическа информация и създава и поддържа информационна база данни за туризма на територията на общината;
- и.** разработва и изпълнява програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
- й.** осъществява контролни функции в предвидените в този закон случаи;

Органи на местното самоуправление

5. Общински съвет

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



На основание чл. 11 от Закона за туризма общинският съвет разполага с правомощия за провеждане на политика в сферата на туризма на територията на съответната община с цел неговото устойчиво развитие и маркетинг на туристическите продукти и обекти, разположени на територията на общината.

Общинските съвети приемат програма за развитие на туризма на територията на съответната община в съответствие с приоритетите на националната стратегия и съобразно местните туристически ресурси и потребности. Посочената програма за развитие на туризма предвижда следните мероприятия:

- а. изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма, включително местните пътища до туристическите обекти;
- б. изграждане и функциониране на общински туристически информационни центрове и организация на информационното обслужване на туристите;
- в. изграждане и поддържане на туристически обекти, които са общинска собственост или за които правото за ползване и управление е предоставено на общината;
- г. организиране на събития и мероприятия с местно и национално значение, които допринасят за развитието на туризма;
- д. провеждане на проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината;
- е. реклама на туристическия продукт на общината, включително участие на туристически борси и изложения;
- ж. взаимодействие и членство на общината в туристически сдружения и в съответната организация за управление на туристическия район;
- з. подобряване качеството на услугите, предлагани в общинските туристически обекти.
- и. благоустрояване, изграждане и поддържане на инфраструктурата - общинска собственост, в националните курорти, когато на територията на общината има такива.

Консултативни органи

6. Национален съвет по туризъм

Националният съвет по туризъм е създаден като консултативен орган към министъра на туризма съгласно чл. 7 от Закона за туризъм с цел подпомагане на министъра на туризма при формирането и провеждането на държавната политика в областта на туризъм.

Съставът на съвета е регламентиран в чл. 7, ал. 2 от Закона за туризъм. При анализ на разпоредбата се прави извод, че е осигурено на нормативно ниво широко представителство не само на представителите на държавата в лицето на заместник-министри, председателя на Комисията за защита на потребителите, изпълнителния директор на Българската агенция по безопасност на храните, изпълнителния директор на Националната агенция за приходите, но и на представите-



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

ли на частния сектор - въздушни, сухопътни и водни превозвачи, на национално представените сдружения на потребителите в Република България, на национално представителните работодателски организации в страната, както и на Националното сдружение на общините в Република България. Поименният състав на Националния съвет по туризъм се определя със заповед на министъра на туризма. Председател на съвета е министърът на туризма или оправомощен от него заместник-министър или друго длъжностно лице.

В Закона за туризма са регламентирани и функциите на съвета, сред които са: обсъждане на концепции и програми за устойчиво развитие на туризма и изразяване становища по тях; разглеждане на въпроси, свързани с териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура и привличането на чуждестранни инвестиции в туризма; обсъждане на подготовката за туристическите сезони и анализиране резултатите от тях; обсъждане резултатите от дейността на органите, на които е възложено упражняването на контрол в туризма и свързаните с него дейности, и отправяне на препоръки за подобряване работата на контролните органи; разглеждане на въпроси и предоставяне на препоръки за подобряване защитата на потребителите на туристически услуги. Националният съвет по туризъм изразява и становища и дава предложения по въпроси, свързани с маркетинга и рекламата на България като туристическа дестинация, включително относно: годишната програма за национална туристическа реклама, маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток и анализи и прогнози за туристическото развитие, дейности по брендиране и реклама на България като туристическа дестинация, Единната система за туристическа информация и Националния туристически интернет портал, дейността на Националната мрежа на туристическите информационни центрове, реализацията на проекти по програми на Европейския съюз в областта на туристическия маркетинг, информационното обслужване и подпомагане участието на български фирми в панаири и прояви, свързани с туризма.

7. Консултативни съвети по въпросите на туризма в общината

Съгласно чл. 13 от Закона за туризма консултативен съвет по въпросите на туризма в общината се създава от кмета на общината, в случай че на територия ѝ има изградени и функциониращи места за настаняване. В състава на консултативния съвет по въпросите на туризма участват равен брой представители на местната администрация и на национални, регионални или общински музеи, от една страна, и на туристическите сдружения, вписани в Националния туристически регистър, и други физически и юридически лица, които имат отношение към развитието на туризма, от друга страна. Кметът на общината със заповед определя броя и поименния състав на членовете на консултативния съвет по въпросите на туризма.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Консултативният съвет по въпросите на туризма обсъжда и одобрява програмата за развитие на туризма на територията на общината в съответствие с приоритетите на общинската стратегия, маркетинговата стратегия на туристическия район и съобразно местните туристически ресурси и потребности, както и отчета за нейното изпълнение. Съветът прави предложения до кмета на общината и дава становища по въпроси, свързани с развитието на туризма на територията на общината, включително за размера на туристическия данък и неговото разходване, и за членството на общината в съответната организация за управление на туристическия район. Консултативният съвет по въпросите на туризма извършва своята дейност съгласно утвърден от кмета на съответната община правилник за организацията и дейността на Консултативния съвет, приет въз основа на чл. 13, ал. 7 от Закона за туризма

Експертни комисии

8. Национални експертни комисии

Съгласно чл. 9 от Закона за туризма към министъра на туризма и с негова заповед се създават следните експертни комисии, всяка от които има специфично предназначение, както следва:

1. Експертна комисия по регистрацията на туроператори и туристически агенти (ЕКРТТА);
2. Експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ЕККТО);
3. Експертна комисия по сертификация на туристически обекти (ЕКСТО);
4. Експертна комисия за регистрацията на ски училища (ЕКРСУ);
5. Експертна комисия за определяне степента на сложност на ски пистите (ЕКОСССП).

Министърът на туризма издава правилници за организацията и дейността на комисиите.

9. Общински експертни комисии

На основание чл. 14 от Закона за туризма към кмета на общината се създава общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти. Дейността на всяка общинска експертна комисия се осъществява въз основа на правилник, утвърден от кмета на общината.

Общинските експертни комисии са колективен орган, в който участват равен брой представители на местната администрация, от една страна, и на местните, регионалните и браншовите туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, от друга страна.

Субекти на гражданското право, които имат правомощия в сферата на туризма

10. Организация за управление на туристически райони

Туристическите райони, посочени в настоящия доклад, се управляват от организации за управление на туристическия район (ОУТР), съгласно чл. 17, ал. 1 от ЗТ. Уредбата на статута,



условията и реда за учредяването им, правата и задълженията на тези организации се съдържа в Глава 3, Раздел II на ЗТ.

ОУТР са юридически лица, които се учредяват и регистрират по реда на ЗТ. Това са доброволни организации, които чрез взаимопомощ и сътрудничество в интерес на членовете си и в обществен интерес извършват дейности, свързани с формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама на определена територия - туристически район. На територията на един туристически район може да съществува само една организация за управлението му.

10.1. Условия и ред за учредяване

Организация за управление на туристически район се учредява най-малко от две туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, чието седалище е на територията на туристическия район или от четири общини от територията на туристическия район, като една от тях е седалище на района. Учредители могат да са и представители на областни управители, научни организации, институти и училища в областта на туризма, сдружения на потребителите и други организации, институции и търговски дружества, чието седалище или място за извършване на дейността е на територията на туристическия район, национални, общински и регионални музеи, национални и природни паркове, намиращи се на територията на района съгласно чл. 22, ал. 2 във връзка с чл. 17, ал. 3 от ЗТ.

Откриването на процедура за учредяване на ОУТР се извършва със заповед на министъра на туризма на основание чл. 23, т. 1 от ЗТ. За откриване на процедурата е необходимо подаване на заявление–декларация по образец от нарочно създаден учредителен комитет, който включва задължително най-малко представители на изброените по-горе групи лица.

Министерство на туризма публикува заповедта за откриване на процедурата в „Държавен вестник“, в един централен всекидневник и в един местен вестник съгласно чл. 24, ал. 7 от ЗТ.

Основания за отказ за откриване на процедура за учредяване на ОУТР, в случаите когато:

- предметът на дейност на ОУТР не отговаря на изискванията на Закона за туризма;
- в учредителния комитет участват лица, които съгласно ЗТ не могат да учредяват или да бъдат членове на ОУТР;
- има несъответствия в предоставената информация и/или документи, които не са отстранени в предоставения срок.

При постъпване на заявление–декларация за откриване на процедура от втори заявител за един и същ туристически район, министърът на туризма съгласува със заявителите възможността да подадат общо заявление–декларация, като ги уведомява, че в случай на непостигане на съгласие



процедурата ще бъде открита по заявление-декларацията с по-голям брой учредители, а в случай че техният брой е равен - по заявление-декларацията с по-голям брой общини от територията на туристическия район

Следваща стъпка, на основание чл. 26 от ЗТ, е изготвянето на проекта на устав на ОУТР и други документи за учредителното събрание и организиране на провеждането му. Компетентност за извършване на тези действия притежава учредителният комитет. Учредителният комитет обнародва в „Държавен вестник“ и публикува в един централен всекидневник и в един местен вестник покана за учредяване на ОУТР, като в нея се посочват и датата, и мястото на провеждане на учредителното събрание, дневният ред с предложение за избор на управителен и контролен съвет, както и мястото, където са изложени проектите на учредителните документи, и времето, през което те са на разположение.

Учредителното събрание е редовно, ако на него са представени всички членове на учредителния комитет. При липса на кворум се насрочва ново заседание на събранието, което да се проведе не по-рано от 20 дни и не по-късно от 30 дни след датата на първото учредителното събрание. В случай че и на второто заседание липсва кворум, процедурата за учредяване на ОУТР се прекратява със заповед на министъра на туризма съгласно чл. 27, ал. 3 от ЗТ.

Учредителното събрание взема решение за учредяване на ОУТР и приема устава ѝ. В устава на ОУТР се уреждат дейността и начинът на управление, условията за възникване и прекратяване на членството в нея, правата и задълженията на членовете, както и други въпроси, свързани с предмета на дейност на организацията.

Организацията за управление на туристически район се смята за възникнала от деня на вписването ѝ в регистъра, част от Националния туристически регистър, въз основа на заповед на министъра на туризма съгласно чл. 29, ал. 1 от ЗТ. В регистъра се вписват наименованието, седалището и адресът на управление на ОУТР, предмет на дейност, туристическият район, указание, че организацията се учредява като юридическо лице по ЗТ, управлението и начинът на представителството. Промените в устава на ОУТР след приемането им от общото събрание се одобряват от министъра на туризма и влизат в сила след вписването им в регистъра.

10.2. Органи на организацията

Органи на организацията са:

1. Общо събрание
2. Управителен съвет
3. Контролен съвет



4. Изпълнителен директор

Общото събрание включва всички членове на ОУТР. Правомощията на ОС са

- изменение и допълнение на устава на организацията;
- определяне на размера на членския внос;
- избор и освобождаване председателя и членовете на управителния съвет и двама от членовете на контролния съвет,
- приемане на стратегическите документи на туристическия район, включително маркетинговата стратегия на района;
- приемане на годишен план за дейността на ОУТР и отчета за изпълнението му;
- приемане на бюджета и отчета за изпълнението му.

Редът за свикване на ОС и правилата за провеждането му са уредени в чл. 35 и чл. 36 от ЗТ.

Управителният съвет на ОУТР се състои от не по-малко от петима членове, включително председател, и се избира за срок три години, на основание чл. 37, ал. 1 от ЗТ. Управителният съвет има следните правомощия:

- свиква общото събрание;
- предлага на общото събрание промени в устава на организацията;
- приема и изключва членовете на организацията;
- одобрява логото и слогана на туристическия район;
- избира и освобождава изпълнителния директор и определя размера на възнаграждението му;
- организира дейността и одобрява организационната структура на организацията;
- предлага на общото събрание приемане стратегическите документи на туристическия район; предлага на общото събрание приемане годишния план за дейността на организацията, както и отчета за изпълнението му;
- предлага на общото събрание приемане проекта на бюджет и отчета за изпълнението му;
- взема решения за разпореждане с имуществото на организацията при спазване изискванията на устава;
- взема решения за участие и за прекратяване на участие в други организации;
- избира представителя на организацията в Националния съвет по туризъм;

Контролният съвет на ОУТР е орган за контрол на финансовата дейност на ОУТР и се състои от трима членове.



Изпълнителният директор на ОУТР организира, управлява и ръководи текущата дейност на организацията в съответствие с решенията на общото събрание, управителния съвет и устава, на основание чл. 40 от ЗТ. ОУТР се представлява от Председателя на Управителния съвет съгласно чл. 39, т. 1 от ЗТ.

10.3. Дейност на ОУТР

Съгласно чл. 18 от ЗТ ОУТР се създават за извършване на следните дейности: разработване и прилагане на маркетингова стратегия на туристическия район в съответствие с националната маркетингова стратегия; изработване на лого и слоган на туристическия район; организиране провеждането на маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток в туристическия район и на анализи и прогнози за туристическото развитие; осъществяване на дейности по изграждане на бранд, връзки с обществеността и реклама на туристическия район; организиране и подпомагане дейността на туристическите информационни центрове в района; разработване и прилагане на стратегия за развитие на туризма, продуктови стратегии и годишни планове за развитие на туризма на територията на туристическия район в съответствие с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма; подпомагане дейността на областните управители и кметовете на общини при реализацията на стратегии и програми за развитие на туризма чрез становища и предложения; подпомагане кметовете на общини при изпълнението на задълженията им по този закон; реализиране на проекти по програми на Европейския съюз; създаване и поддържане на база данни за туризма в района - част от Единната система за туристическа информация; провеждане на дейности по обучение и повишаване качеството на туристическите услуги; подпомагане разработването, въвеждането и прилагането на доброволни системи за оценяване качеството на туристическите услуги и устойчивото развитие на туристическия район. Организациите за управление на туристическите райони могат да извършват и друга стопанска дейност, която подпомага, допълва или съпътства основния им предмет на дейност.

Организациите за управление на туристическите райони осъществяват своята дейност в съответствие с националната политика в областта на туризма, провеждана от Министерството на туризма, и се подпомагат от държавата. Организациите за управление на туристическите райони извършват дейността си под контрола на държавата. Функциите на контролен орган се осъществяват от министъра на туризма. Контролът се осъществява под следните форми: оказване на предвиденото в закона съдействие при учредяването на ОУТР; одобряване устава на ОУТР, съответно на промените в него; изискване на устни или писмени доклади, преписки и други документи, свързани с дейността на ОУТР; възлагане извършването на проверки на място; назначаване при необходимост одиторски контрол за годишен преглед на счетоводните документи на ОУТР; нареждане на управителния съвет да свика общо събрание, ако действията



на ОУТР противоречат на закона; свикване на общото събрание, в случай че управителният съвет не изпълни нареждането му; оповестяване пред общото събрание резултатите от направените проверки и финансови ревизии; отстраняване членовете на управителния съвет при доказано виновно неизпълнение на правомощията им и свиква общо събрание за избор на нов управителен съвет.

Редът и условията за прекратяване и ликвидация на ОУТР са уредени в Раздел IV, Глава 3 от ЗТ.

11. Туристически сдружения

В България могат да се създават туристически сдружения, регистрирани като юридически лица с нестопанска цел по реда на Закона за юридическите лица с нестопанска цел. Туристическите сдружения се вписват в предназначения за това регистър, който се води в Министерството на туризма по реда на чл. 52 от ЗТ. Регистърът е публичен и е част от Националния туристически регистър. Вписването в този случай няма конститутивно действие както е уредено при ОУТР, защото туристическите сдружения възникват с вписването им в Регистъра на юридическите лица с нестопанска цел.

Предмет на дейност на туристическите сдружения съгласно чл. 50 от ЗТ:

- представляват и защитават интересите на членовете си пред съответните органи на централната и местната администрация и на местното самоуправление;
- участват в разработването на стратегии и програми за развитието на туризма в национален мащаб, на територията на региона и на общината и съдействат за тяхното изпълнение;
- съдействат за рекламата на туристическия продукт;
- съдействат за изграждането и функционирането на туристически информационни центрове или бюра;
- съдействат за повишаването на професионалната квалификация на кадрите в туризма;
- участват в контрола по спазването на нормативните актове в областта на туризма;
- регламентират професионалната етика в туризма и недопускането на нелоялна конкуренция между и по отношение на своите членове и сезират компетентните органи за извършени нарушения на законодателството и етичните кодекси.

Членове на туристическите сдружение могат да бъдат общините след решение на общинския съвет съгласно чл. 51, ал. 2 от ЗТ. В туристическите сдружения не могат да членуват политически партии, синдикални организации, религиозни институции и юридически лица, регистрирани по реда на Закона за вероизповеданията. Туристическите сдружения могат да членуват в ОУТР, на чиято територия е седалището им.



Държавните органи и териториалните органи на изпълнителната власт оказват съдействие на туристическите сдружения за реализиране на техните цели.

11.1. Видове туристически сдружения

Туристическото сдружение се създават на териториален и професионален принцип и могат да бъдат:

- регионални и местни сдружения;
- браншови, продуктови и професионални сдружения

Браншови туристически сдружения може да се създават в следните сектори:

- „хотелиерство и ресторантьорство“;
- „туроператорска и туристическа агентска дейност“.

При разработване на проекти на нормативни актове, свързани с административното регулиране и административния контрол на туристическите дейности, компетентните държавни органи изискват становища от съответните браншови туристически сдружения.

Въз основа на направения анализ на нормативните актове, регулиращи субектите и техните функции в сферата на туризма, се установи, че в българската нормативна уредба са предвидени широк кръг от субекти на публичното и частното право, които притежават правомощия в туристическия сектор и си взаимодействат помежду си. Липсва обаче регламентация на единен субект на частното право, който на национално равнище да осъществява дейности, насочени към устойчиво развитие на българския туризъм и маркетинг и реклама на туристическия продукт.

На следващо място, се констатира, че липсват нормативно разработени модели, чрез които да се осигурят целеви средства за финансиране на националния туристически маркетинг и реклама.

1.2.2.2. Наредба № 2 от 26.10.2015 г. за единните стандарти и за организацията на дейността на Туристическите информационни центрове (ТИЦ) и националната мрежа на Туристическите информационни центрове (Обн., ДВ, бр. 85 от 3.11.2015 г.)

Наредбата е издадена на министъра на туризма и е в сила от 04.05.2016 г. С наредбата се въвеждат единни стандарти, на които следва да отговарят туристическите информационни центрове в България, включително условия за достъпност, оформление, оборудване, функциониране и качество на обслужване.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Съгласно наредбата туристически информационен център е място, където се извършва информационно обслужване на туристи, реклама и популяризиране на туризма на съответната територия.

Наредбата предвижда условия и ред за сертифициране на туристическите центрове от министъра на туризма, като изчерпателно посочва минимални изисквания, които следва да бъдат покрити.

Заявление за сертифициране на туристически информационен център може да подаде юридическото лице, което има право да извършва стопанска дейност, по националното законодателството или по законодателството на друга държава – членка на ЕС, на държава – страна по Споразумението за ЕИП, или на Конфедерация Швейцария.

Отговарящите на изискванията за сертифициране туристически информационни центрове се публикуват в Националния туристически регистър, който е публичен.

Министърът на туризма създава и поддържа национална мрежа от сертифицирани туристическите информационни центрове на основата на публично-частно партньорство. Националната мрежа от сертифицирани туристическите информационни центрове е част от Единната система за туристическа информация на Република България, като всеки туристически информационен център е длъжен да подава актуална туристическа информация към единния информационен център за съответната община (обща характеристика), за туристическите ресурси и атракции и за инфраструктурата със значение за туризма на територията на общината .

Сертифицираните туристическите информационни центрове нямат отношение към финансирането на националния туристически маркетинг и реклама.

1.2.2.3. Наредба за Националния туристически регистър (Обн., ДВ, бр. 81 от 15.10.2019 г.)

Наредбата за Националния туристически регистър е приета с Постановление на Министерски съвет № 252 от 08.10.2019 г.

Наредбата урежда редът за воденето, поддържането и ползването на Националния туристически регистър от администрациите на министъра на туризма, както и създаването на потребителски профили на лицата, извършващи дейност в категоризираните места за настаняване и вписването

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



на данни от регистрите за настанените туристи в Единната система за туристическа информация.

Неразделна част от Националния туристически регистър са водените и поддържани от кметовете на общините публичен електронен регистър за всички обекти на територията на общината с издадени временни удостоверения за открита процедура по категоризация и категоризирани от тях обекти съгласно чл. 167, ал. 1 от Закона за туризма.

Националният туристически регистър е публичен и се разработва от министъра на туризма.

Министърът на туризма или оправомощени от него длъжностни лица извършват вписвания на обстоятелства в Националния туристически регистър относно:

- регистрираните туроператори и/или туристически агенти;
- категоризираните от министъра на туризма места за настаняване и прилежащите към тях заведения за хранене и развлечения, самостоятелните заведения за хранене и развлечения, туристически хижи, туристически учебни центрове, туристически спални и прилежащите към тях заведения за хранене и лицата, които извършват дейност в тях, включително издадените временни удостоверения по чл. 166, ал. 1, т. 2 от Закона за туризма;
- организациите за управление на туристически райони;
- туристическите сдружения;
- туристическите информационни центрове;
- сертифицираните балнеолечебни (медикул СПА), СПА, уелнес и таласотерапевтични центрове;
- правоспособните екскурзоводи, включително екскурзоводи от държави – членки на Европейския съюз, държави – страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство, или от Конфедерация Швейцария;
- правоспособните планински водачи, включително планински водачи от държави – членки на Европейския съюз, държави – страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство, или от Конфедерация Швейцария;
- правоспособните ски учители, включително ски учители от държави – членки на Европейския съюз, държави – страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство, или от Конфедерация Швейцария.

Кметовете на общините или оправомощени от тях длъжностни лица извършват вписвания на обстоятелства във водения от тях публичен регистър относно категоризираните от тях места за настаняване и прилежащите към тях заведения за хранене и развлечения, самостоятелните заведения за хранене и развлечения, включително издадените временни удостоверения.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

За всяко подлежащо на вписване лице в Националния туристически регистър се открива партида с уникален индекс, в която се извършват предвидените вписвания. Към всяка партида има партидно дело, към което се съхраняват приложените за вписване документи.

Хотелиерите по смисъла на § 1, т. 56 от допълнителните разпоредби на Закона за туризма вписват в Единната система за туристическа информация данни от регистрите за настаняване в обем, определен в чл. 116, ал. 5 от Закона за туризма.

За получаване на достъп до Единната система за туристическа информация хотелиерите определят поне едно физическо лице с роля на супер потребител в Единната система за туристическа информация.

Съгласно наредбата на достъп до Единната система за туристическа информация имат заинтересованите страни съгласно чл. 116, ал. 7 от Закона за туризма - общините, Националният статистически институт, Националната агенция за приходите, министърът на вътрешните работи, които определят поне едно физическо лице с роля на супер потребител в системата.

1.2.2.4. Устройствен правилник на Министерството на туризма (Обн., ДВ, бр. 108 от 30.12.2014 г.)

Устройственият правилник на Министерството на туризма е приет с ПМС № 447 от 23.12.2014 г. Изменян неколккратно през 2016 г. и 2019 г. Урежда основните въпроси, свързани с функциите, организацията на работа и числеността на персонала на Министерството на туризма, на неговите организационни структури и административни звена.

Устройственият правилник определя министъра на туризма за централен едноличен орган на изпълнителната власт, който разработва, организира, координира и контролира осъществяването на държавната политика в областта на туризма. Министърът на туризма ръководи и представлява Министерството на туризма.

Министърът на туризма образува на свое пряко подчинение политически кабинет, който го подпомага при формулирането и разработването на конкретни решения за провеждане на правителствената политика в сферата на неговите правомощия, както и при представянето на тази политика пред обществото.

Съгласно последните изменения на Устройственият правилник Министерството на туризма е структурирано в 8 дирекции, Инспекторат, звено „Вътрешен одит“, звено „Информационно

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

обслужване и системи за сигурност“ и финансов контролор, като общата численост на персонала в организационните структури и в административните звена на Министерството е 115 щатни бройки.

Административното ръководство на Министерството на туризма се осъществява от Главния секретар, който се назначава от министъра и координира, и контролира административните звена за точното спазване на нормативните актове и на законните разпоредения на министъра.

Устройственият правилник на Министерството на туризма не предвижда съществуването на национална туристическа организация, която да има отношение към финансирането на националния туристически маркетинг и реклама.

1.2.2.5. Правилник за организацията на работа на Националния съвет по туризъм

Правилникът за организацията и дейността на Националния съвет към министъра на туризма е Утвърден със Заповед № Т-РД-16-28/15.01.2015 г. на министъра на туризма и изменен със Заповед № Т-РД-16- 182/07.07.2015 г. и Заповед № Т-РД-16-165/07.06.2016 г.

Правилникът урежда организацията и дейността на Националния съвет към министъра на туризма, предвиден в чл. 7 от Закона за туризма. Съгласно правилника Националният съвет по туризъм е консултативен орган към министъра на туризма за осъществяване на сътрудничеството и координацията в областта на туризма. Състои от председател, заместник-председател, секретар и членове.

Председател е министърът на туризма или оправомощен от него заместник-министър, или друго длъжностно лице. Заместник-председател е заместник-министър на туризма или оправомощено от министъра на туризма длъжностно лице. Секретар е директорът на Главна дирекция „Туристическа политика“ при Министерството на туризма или друго, определено от министъра на туризма длъжностно лице, от състава на главната дирекция. Членове на Националния съвет по туризъм са: заместник-министър на икономиката, заместник-министър на финансите, заместник-министър на регионалното развитие и благоустройството, заместник- министър на външните работи, заместник-министър на културата, заместник-министър на здравеопазването, заместник-министър на околната среда и водите, заместник-министър на земеделието и храните, заместник-министър на транспорта, информационните технологии и съобщенията, заместник-министър на образованието и науката, заместник-министър на труда и социалната политика, заместник-министър на вътрешните работи и заместник-министър на младежта и спорта, определени от съответните министри, председателят на Комисията по защита на потребителите, изпълнителният директор на Българската агенция по безопасност на храните, изпълнителният

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



директор на Националната агенция по приходите; по един представител на всяка организация за управление на туристически район, вписана в Националния туристически регистър (НТР), по един представител на всяко браншово туристическо сдружение, вписано в НТР, по един представител на регионалните, на продуктовете и на професионалните туристически сдружения, вписани в НТР, един представител на националните курорти, един представител на сдруженията на превозвачите в областта на въздушния, сухопътния и водния транспорт, по един представител на национално представените сдружения на потребителите в Република България и на национално представителните работодателски организации в Република България и представител на Националното сдружение на общините в Република България.

Основните функции на Националния съвет по туризъм е изразяват осъществяване на следните дейности:

- подпомага министъра на туризма при формирането и провеждането на държавната политика в туризма;
- подпомага координацията на националната политика в областта на туризма;
- обсъжда концепции и програми за устойчиво развитие на туризма и изразява становища по тях;
- прави предложения до министъра на туризма за създаване, изменение, допълнение или отмяна на нормативни актове, свързани с развитието на туризма;
- разглежда въпроси, свързани с териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура и привличането на чуждестранни инвестиции в туризма; обсъжда подготовката за туристическите сезони и анализира резултатите от тях;
- обсъжда резултатите от дейността на органите, на които е възложено упражняването на контрол в туризма и свързаните с него дейности, и дава препоръки за подобряване работата на контролните органи;
- разглежда въпроси и дава препоръки за подобряване защитата на потребителите на туристически услуги;
- изразява становища и дава предложения по въпроси, свързани с туристическото развитие - териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура, използването и опазването на туристическите ресурси, данъчното облагане на туристическите дейности, прилагането на визовия режим и други;
- изразява становища и дава предложения по въпроси, свързани с маркетинга и рекламата на България като туристическа дестинация, включително относно годишната програма за национална туристическа реклама, маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток и анализи и прогнози за туристическото развитие, дейности по брендиране и реклама на България като



туристическа дестинация, Единната система за туристическа информация и Националния туристически интернет портал, дейността на Националната мрежа на туристическите информационни центрове, реализацията на проекти по програми на Европейския съюз в областта на туристическия маркетинг, информационното обслужване и подпомагане участието на български фирми в панаири и прояви, свързани с туризма.

Националният съвет по туризъм е постоянно действащ орган, който провежда най-малко две редовни заседания в годината.

Националният съвет по туризъм няма правомощия да набира средства финансирането на националния туристически маркетинг и реклама.

1.2.2.6. Правилник за организацията на работата и дейността на Експертната комисия по категоризация и сертификация на туристически обекти

Правилникът за организацията на работата и дейността на Експертната комисия по категоризация и сертификация на туристически обекти е утвърден със Заповед № Т-РД-16-16 от 13.01.2015 г. на министъра на туризма на основание чл. 9, ал. 9 от Закона за туризма.

Експертната комисия по категоризация и сертификация на туристически обекти (ЕККСТО) се състои от председател, секретар и членове. Председател на ЕККСТО е оправомощен от министъра на туризма заместник-министър или друго длъжностно лице. Членове на ЕККСТО при категоризиране на места за настаняване, заведения за хранене и развлечения (самостоятелни и прилежащи към места за настаняване), туристически хижи, туристически учебни центрове и туристически спални и прилежащите към тях заведения за хранене, с равен брой гласове, са представители на Министерството на туризма, от една страна и представители на браншовите туристически сдружения на хотелиерите и ресторантьорите и на продуктови туристически сдружения, от друга страна. Членове на ЕККСТО при сертифициране на балнеолечебни (медицъл СПА), СПА, уелнес и таласотерапевтични центрове (прилежащи към места за настаняване и самостоятелни), с равен брой гласове, са представители на Министерството на туризма и на Министерството на здравеопазването, от една страна и представители на продуктови и професионални туристически сдружения, от друга страна. Поименните състави на ЕККСТО се определят със заповед на министъра на туризма.

Сред основните функции и дейности на ЕККСТО се включват:

- разглеждане на заявления и документи за определяне на вида и категорията на места за настаняване и прилежащите към тях заведения за хранене и развлечения, на самостоятелни заведения за хранене и развлечения, на туристически хижи, туристически учебни центрове, туристически спални и прилежащите към тях заведения за хранене,



- вземане на решение за откриване на процедура по категоризиране и предлага на министъра на туризма или на оправомощено от него длъжностно лице да издаде за целта временно удостоверение;
- предлагане на министъра на туризма или на оправомощено от него длъжностно лице съставите на експертните работни групи за проверка на място за изпълнение на минималните задължителни изисквания за определяне на вид и категория към съответния туристически обект;
- разглеждане на сигнали и уведомления, подадени от контролните органи по Закона за туризма и др.

1.2.2.7. Тарифа за таксите, които се събират по Закона за туризма (обн., ДВ, бр. 102 от 23.12.2016 г.)

Тарифата за таксите, които се събират по Закона за туризма е приета с Постановление на Министерски съвет № 355 от 15.12.2016 г.

Тарифата е приета на основание чл. 69, ал. 3 от Закона за туризма, чл. 1 от Закона за държавните такси и чл. 6, ал. 1, буква "к" от Закона за местните данъци и такси.

С тарифата се урежда размерът на таксите, дължими по силата на Закона за туризма, включително:

регистрация за туроператорска дейност и/или туристическа агентска дейност

- вписване в регистъра на туроператорите и туристическите агенти
- категоризиране на туристически обекти
- сертифициране на балнеолечебни (медикъл спа), спа, уелнес и таласотерапевтични центрове
- вписване правоспособните екскурзоводи, планински водачи и ски учители
- вписване на настъпили промени в обстоятелства в регистрите по Закона за туризма и др.

2. Ненормативни актове

2.1. Актуализирана национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г.



С Решение № 65 от 2 февруари 2018 г. на Министерския съвет е одобрена Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. и План за действие към нея за периода 2017-2020 г.

Основната цел на тази стратегия е устойчивото развитие на туризма на България, която следва да се изпълни чрез:

- Развитие и прилагане на целенасочена и последователна туристическа политика за създаване на благоприятна политическа, правна, икономическа, екологична, социо-културна и технологична среда за развитие на устойчив туризъм, конкурентоспособен туристически сектор и качествен туристически продукт.
- Осъществяване на политика на основата на дългосрочни партньорства на международно, национално, регионално и местно ниво между всички заинтересовани страни – международни организации, държавни и общински институции, частен сектор, НПО сектор и общество.
- Осъществяване на ефективен национален маркетинг на основата на последователен бранд мениджмънт за утвърждаване на България като известна и предпочитана дестинация за целевите чуждестранни и български туристи в четири сезона.

Актуализирана национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България се фокусира върху 4 стратегически цели, които трябва да се изпълнят в периода 2017-2020 г. Те са развити в т.нар. „План за действие за периода 2017-2020 г.“, в който подробно са развити целите, подцелите, дейностите, срок на изпълнение, очакван резултат, отговорни институции и източници на финансиране. Тези цели са:

2.1.1. Стратегическа цел № 1 – Създаване на благоприятна околна и бизнес среда за развитие на устойчив туризъм.

2.1.1.1. Подцел № 1 - Усъвършенстване на нормативната рамка и политиките за подобряване на околната и бизнес средата в туристическия сектор. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Развитие на институционалния капацитет;
- Развитие на нормативната уредба и политиките в областта на туризма;
- Подобряване на качеството на туристическия продукт;
- Насърчаване на опазването на околната среда, ефективното управление на ресурсите и прилагането на мерки за адаптация към климатичните промени;
- Насърчаване на развитието на инфраструктурата;
- Подобряване на достъпността на дестинацията;



- Подобряване на условията за сигурност и безопасност на туристите в България;
- Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор;
- Насърчаване на инвестициите в туризма и осигуряване на достъп до финансиране;
- Насърчаване на иновациите в туризма;
- Намаляване на сивата икономика в сектора;
- Подобряване на информационното осигуряване на дестинацията и туристическата индустрия

2.1.1.2. Подцел № 2 - Повишаване на ефективността на функциониране и подобряване на взаимодействието между институциите и организациите на национално, областно и общинско ниво (държавен и частен сектор), отговорни за развитието на туризма. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Повишаване на ефективността на функциониране на Националния съвет по туризъм;
- Повишаване на ефективността на функциониране на Междуправителствения съвет за кадрите в туризма;
- Повишаване на ефективността на взаимодействието на областно и общинско ниво

2.1.1.3. Подцел № 3 - Подобряване на взаимоотношенията на международно ниво. За постигането на тази подцел е предвидена една мярка:

- Развитие на партньорства с международни организации.

2.1.2. Стратегическа цел № 2 – Развитие на конкурентоспособен туристически сектор

2.1.2.1. Подцел № 1 - Подобряване на фирмените ресурси за повишаване на конкурентоспособността на туристическата индустрия. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Насърчаване на въвеждането и сертификацията на системи за управление на качеството;
- Подобряване на информационната осигуреност на бизнеса;
- Подобряване на индивидуалното фирмено представяне и реклама;
- Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в международни събития и изложения.

2.1.2.2. Подцел № 2 - Подобряване на сътрудничеството между фирмите в туристическия сектор

За постигането на тази подцел е предвидена една мярка:

- Насърчаване на партньорствата и сдружаването между фирмите в туристическия сектор.



2.1.3. Стратегическа цел № 3 – Успешно позициониране на България на световния туристически пазар

2.1.3.1. Подцел № 1 - Подобряване на управлението на маркетинга на дестинацията. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Разработка и усъвършенстване на стратегически маркетингови документи;
- Подобряване на функционирането на ТИЦ в страната и в чужбина;
- Провеждане на проучвания за оценка на резултатите от маркетинга на дестинацията

2.1.3.2. Подцел № 2 - Развитие на туристическите продукти за подобряване на преживяването на туристите в дестинацията. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Развитие на туристическите атракции в България;
- Усъвършенстване на доминиращите и приоритетните туристически продукти.

2.1.3.3. Подцел № 3 - Ценово препозициониране на дестинацията. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Привличане на платежоспособни групи туристи

2.1.3.4. Подцел № 4 - Подобряване на промотирането на дестинацията. За преодоляване на тези дефицити са предвидени следните мерки:

- Подобряване на представянето на дестинацията пред външни публики;
- Подобряване на представянето на дестинацията на международни туристически изложения и борси;
- Осъществяване на национални и международни рекламни-информационни кампании; Синхронизиране на комуникационните и рекламните дейности на всички заинтересовани страни

2.1.4. Стратегическа цел № 4 – Балансирано развитие на туристическите райони.

2.1.4.1. Подцел № 1 - Създаване на условия за устойчиво развитие на туристическите райони. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Насърчаване на създаването на ОУТР и разширяване на членската им маса;
- Подготовка за изграждане и функциониране на ОУТР;
- Стратегическа и информационна подкрепа за развитието на ОУТР;
- Популяризация на туристическите райони на национално и международно ниво



2.1.4.2. Подцел № 2 - Развитие на туристическите райони. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

- Развитие и позициониране на Район Дунав като дестинация със собствена марка за културен и круизен туризъм на основата на богатото културно-историческо наследство и разнообразни градски събития и възможности за практикуване на еко и спортни дейности край р. Дунав;
- Развитие и позициониране на Район Стара планина като дестинация със собствена марка за планински, екологичен, винен и творчески туризъм на основата на традиции в лозарството и винарството, атрактивната и запазена природа, историята, творчеството на личността, културата на обществото, архитектурната среда, отношението към здравето, чувството за регионална идентичност и принадлежност;
- Развитие и позициониране на район Долината на розите като дестинация със собствена марка „Долината на здравето, розите и тракийските царе“ за здравен и културно фестивален туризъм на основата на балнеолечебните курорти, розовите градини, тракийската и възрожденската култура на района
- Развитие и позициониране на Район София като дестинация със собствена марка за делови, културен, здравен, градски и шопинг туризъм на основата на столичната културна и институционална среда, планинската природа и балнеоресурсите в района;
- Развитие и позициониране на Район Тракия като дестинация със собствена марка за културен и винен туризъм на основата на културноисторическите ресурси и винопроизводството;
- Развитие и позициониране на туристически район Родопи като дестинация със собствена марка за планински и здравен туризъм на основата на планинските и балнеолечебните природни ресурси;
- Развитие и позициониране на туристически район Рила-Пирин като дестинация със собствена марка за спортен ски-туризъм, селски, екологичен, културен, религиозен и здравен туризъм на основата на планинските, културните и балнеолечебните природни ресурси
- Развитие и позициониране на туристически район Бургаско Черноморие като дестинация със собствена марка за морски рекреативен туризъм и целогодишен културно познавателен туризъм;
- Развитие и позициониране на туристически район Варненско Черноморие като дестинация със собствена марка за морски рекреативен туризъм, целогодишен здравен, културно познавателен и делови туризъм.

2.1.4.3. Подцел № 3 - Насърчаване на сътрудничеството между заинтересованите страни за балансирано развитие на туристическите райони. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:



- Насърчаване на взаимодействието с ТИЦ;
- Насърчаване на взаимодействието с местния бизнес и организации на бизнеса;
- Насърчаване на взаимодействието с регионалната и местната власт;
- Насърчаване на взаимодействието с образователните институции

Тези стратегии се изпълняват под ръководството на министъра на туризма. Участват и други институции и органи:

- Министерство на финансите – то определя разпределените за сектора ресурси и така влияе на резултатите от изпълнение на Актуализираната НСУРТРБ.
- представители на съответните министерства, ведомства и административни органи, като например: Министерство на външните работи, Министерство на вътрешните работи, Министерство на здравеопазването, Министерство на културата, Министерство на околната среда и водите, Министерство на труда и социалната политика, Министерство на образованието и науката, Министерство на земеделието, храните и горите, Министерство на икономиката, Министерство на регионалното развитие и благоустройството, Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията, Българска агенция по безопасност на храните, Държавна агенция за метрология и технически надзор, Регионалните здравни инспекции, Изпълнителна агенция по горите и др.;
- Областните управители, които провеждат държавната политика за развитие на туризма на територията на съответната област.
- Общинските съвети, които приемат програма за развитие на туризма на територията на общината в съответствие с приоритетите на областната стратегия, маркетинговата стратегия на туристическия район и съобразно местните туристически ресурси и потребности.
- Кметовете на общини – те са контролни органи;
- Националният статистически институт, който носи отговорност с Министерството на туризма за събирането, обработката и анализа на статистическа информация, използвана за формулиране на туристическата политика, мониторинга и оценката на изпълнението на нейните приоритети
- Комисията за защита на потребителите, който е контролен орган;
- Представители на местното население и структури на гражданското общество, бизнеса и други в качеството им на заинтересовани страни или участници в процеса по наблюдение.

2.2. Годишна програма за национална туристическа реклама 2020 година

На основание чл. 6, т. 3 от Закона за туризма, министърът на туризма утвърждава Годишна програма за национална туристическа реклама.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Годишната програма за национална туристическа реклама за 2020 г. има мисия да изгради дългосрочен имидж на България като модерна, сигурна и богата на възможности европейска дестинация чрез микс от маркетинг активности, увеличаване обема на входящия туристопоток, насърчаване на вътрешния туризъм и привличане на платежоспособни туристи.

Целта на Годишната програма за национална туристическа реклама за 2020 г. е утвърждаването на България като целогодишна туристическа дестинация с добре разпознаваем висококачествен туристически продукт. Общо целите са:

- Ефективно планиране на маркетинговите активности и идентифициране на целевите групи, базирани на анализ на статистически данни, информация, тенденции и пазарни нужди;
- Популяризиране и повишаване на положителния имидж на бранд България;
- Оптимален подбор и приложение на маркетингови инструменти и миксове от традиционни и нестандартни комуникационни канали, съобразно разполагаемия финансов ресурс;
- Осъществяване на рекламни активности и събития за насърчаване на туристическите пътувания във всеки сезон;
- Популяризиране и налагане на специализирани форми на туризъм, които могат да се практикуват целогодишно;

2.3. Цели на администрацията на Министерство на туризма за 2020 г.

Целите на администрацията на Министерството на туризма са ненормативен документи, който се утвърждава от министъра на туризма. Главният секретар на Министерството на туризма отговаря за планирането и отчетността при изпълнение на ежегодните цели на администрацията съгласно чл. 12, ал. 2, т. 1 от Устройствения правилник на Министерството на туризма (приет с ПМС № 447 от 23.12.2014 г., обн. ДВ. бр.108 от 30 Декември 2014 г.).

Документът се състои от 4 стратегически цели, които са аналогични на стратегическите цели, поставени в Актуализираната национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. Всяка от стратегическите цели съдържа подцели, които си е поставило Министерството на туризма през 2020 г. на фона и във връзка с преодоляване на обстановката, свързана с разпространението на коронавирус Covid-19 в световен мащаб, са:

2.3.1. Стратегическа цел № 1 – Създаване на благоприятна околна и бизнес среда за развитие на устойчив туризъм.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



2.3.1.1. Подцел № 1 – Разработване и утвърждаване на механизми за подкрепа на туристическия сектор във връзка с кризата, породена от пандемията Covid-19 и нейното преодоляване в условията на диалог, сътрудничество, солидарност

2.3.1.2. Подцел № 2 – Усъвършенстване на нормативната рамка и политиките за подобряване на околната и бизнес средата в туристическия сектор.

2.3.1.3. Подцел № 3 – Постигане на ефективна координация между институциите и интегриране на туризма в свързаните с него секторни политики; Взаимодействие с туристическия бизнес.

2.3.1.4. Подцел № 4 – Постигане на ефективна координация между институциите и интегриране на туризма в свързаните с него секторни политики; Взаимодействие с туристическия бизнес.

2.3.1.5. Подцел № 5 – Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор.

2.3.1.6. Подцел № 6 – Редуциране на административната тежест.

2.3.1.7. Подцел № 7 – Развитие на партньорства с международни организации.

2.3.2. Стратегическа цел № 2 – Развитие на конкурентоспособен туристически сектор

2.3.2.1. Подцел № 1 - Подобряване на информационната осигуреност на бизнеса.

2.3.2.2. Подцел № 2 – Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в международни събития и изложения.

2.3.2.3. Подцел № 3 – Подобряване на сътрудничеството между фирмите в туристическия сектор.

2.3.3. Стратегическа цел № 3 – Успешно позициониране на България на световния туристически пазар

2.3.3.1. Подцел № 1 – Възстановяване на позициите на България в туристическата индустрия на национално и международно ниво след приключване на световната криза, причинена от вируса Covid-19.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

2.3.3.2. Подцел № 2 – Осигуряване на онлайн портал и социални мрежи за реклама и актуална информация за бранд България предвид фокуса върху дигитална реклама е периода на възстановяване от кризата с Covid-19.

2.3.3.3. Подцел № 3 – Налагане на единен модел на комуникация чрез обща креативна концепция на всички пазари.

2.3.3.4. Подцел № 4 - Подобряване на управлението на маркетинга на дестинацията.

2.3.3.5. Подцел № 5 – Развитие на туристическите продукти за подобряване на преживяването на туристите в дестинацията.

2.3.3.6. Подцел № 6 – Прилагане на най-ефективните маркетинг инструменти за позициониране и промоция на България като атрактивна туристическа дестинация.

2.3.3.7. Подцел № 7 – Позициониране на България като туристическа дестинация от висок клас на световния туристически пазар.

2.4.4. Стратегическа цел № 4 – Балансирано развитие на туристическите райони.

2.4.4.1. Подцел № 1 - Насърчаване на вътрешния туризъм

2.4.4.2. Подцел № 2 – Създаване на условия за устойчиво развитие на туристическите райони.

За осъществяване на поставените цели от Министерство на туризма са определени и дейностите, чрез които се предвижда да бъдат постигнати, индикатори за тяхното изпълнение и очаквания резултат.

2.4. Кризисна програма за реклама 2020 г.

Целта за разработване на Кризисната програма за реклама от Министерството на туризма е да се спомогне за възстановяването на позициите на България в туристическата индустрия на национално и международно ниво по време и непосредствено след приключване на световната криза, причинена от разпространението на коронавируса.

Фокусът при изпълнението на Кризисната програма за реклама е поставен върху вътрешния пазар на България, защото голяма част от чуждестранните туристи няма да предприемат

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



пътувания извън своята страна поради редица причини, затова е важно да се развие вътрешният туризъм. Той има особено важно значение за развитието на България като целогодишна дестинация и затова през 2020 г., и след условия на криза, Министерство на туризма планира да акцентира върху българския туристически продукт, предимствата на нашите курорти, възможностите за оздравителен, балнео и СПА туризъм, автентичността на българската култура, традиции, обичаи, чара на малките населени места, качествените храни и вина, модерните градове и други. Също така фокус се поставя и върху съседни страни, като Румъния, Гърция, Сърбия, Турция и Северна Македония. Те са сред основните целеви пазари на страната и привличането на туристи от тях има голямо значение за българския туризъм. Особено важни са и европейски пазари.

В програмата се предвижда да се наблегне на комуникацията като средство за преодоляване на кризата в сектора на туризма, като се предприемат следните мерки и се извършват следните дейности:

- инициране и реализация на комуникационна кампания в социалните медии с възможност за доразвиването ѝ в традиционните медийни канали;
- засилено дигитално присъствие, актуализация и реализиране на комуникационните кампании и дейности, предвидени в Годишната програма за национална туристическа реклама за 2020 г.;
- налагане на единен модел на комуникация чрез обща креативна концепция на всички пазари;
- механизми за насърчаване на авиопревозвачи, в т. ч. Low cost и чартърни компании;
- сътрудничество с водещи и специализирани туроператори с цел насърчаване на входящия туризъм.

Кризисната програма за реклама е временна мярка за преодоляване на една от най-големите кризи в историята на туристическата индустрия, причинена от разпространението на Covid-19.

V. Констатации, изводи и обобщения от извършения правен анализ

5.1. Констатации относно структурата, функциите и финансирането на българския туризъм

5.1.1. Обобщена правна рамка

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Сферите и аспектите на приложение на нормативната база на туризма се диференцират в зависимост от равнищата на управление на системата. **Макроравнището** (национално ниво) е свързано с определяне на правните принципи и норми по отношение на организацията, управлението, туристическото райониране на страната, координацията между министерствата и ведомствата по отношение на туризма.

В съответствие с европейските стандарти се развиват процеси на постепенна децентрализация в управлението и развитието на функциите на регионалните и местните структури. **Мезоравнището** определя регионалното ниво на управление на туризма. Нормативната база регламентира въпросите, свързани с неговата организация, териториалното устройство и регионалното развитие, инвестиционната политика в курортите и курортните зони, инфраструктурата. На това ниво се координират действията на държавните органи - ред и сигурност, здравеопазване, обучение, опазване на околната среда. Върху него влияят социодемографската характеристика на населението и капацитетът на наличните курортни ресурси.

На **местно ниво (микроравнище)** нормативната база определя рамката на съвместните действия на общините и фирмите от туристическата индустрия. Важен аспект в това отношение е съгласуваността на дейността на туристическите структури с органите на местното самоуправление и местните администрации.

Следната организационна схема визуализира структурата на действащите органи на различни нива в областта на туризма и съществуващите между тях взаимовръзки.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



5.1.2. Държавно регулиране на туризма

Специалният Закон за туризма урежда **регулативните функции на държавата в сферата на туризма и тяхната реализация** като:

- въвеждане на единни критерии за извършване на туристическите дейности;
- осигуряване защита на потребителите на туристическия продукт;
- определяне правата и задълженията на лицата, имащи отношение към туризма;
- регламентиране на контрола върху туристическите дейности и качеството на туристическия продукт.

Институционалното управление на туризма се осъществява от съответните държавни органи и неправителствени организации. Техните цели са свързани със създаването на подходяща бизнес среда за успешната дейност на туристическия бизнес.

Действащите органи за управление на туризма са:

1. Органи на изпълнителната власт

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



1.1. Централни органи на изпълнителната власт

- Министерски съвет
- Министър на туризма

1.2. Териториални органи на изпълнителната власт

- Областен управител
- Кмет на община

2. Органи на местното самоуправление

- Общински съвет

3. Консултативни органи

3.1. Съвети

- Национален съвет по туризъм
- Консултативен съвет по въпросите на туризма на територията на общината

3.2. Експертни комисии

3.2.1. Национални

Експертни комисии по:

- регистрация на туроператори и туристически агенти (ЕКРТТА)
- категоризация на туристически обекти (ЕККТО)
- сертификация на туристически обекти (ЕКСТО)
- регистрация на ски училища (ЕКPCY)
- за определяне степента на сложност на ски пистите (ЕКОСССП).

3.2.2. Общински

- Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти

5.1.3. Функции на държавните органи на управление

Функциите на държавните органи на управление са свързани с развитието и функционирането на туризма и се реализират на национално, регионално и местно равнище.

5.1.3.1. Първата група функции е свързана с развитието на туризма като сектор от националната икономика с приоритетно значение и се осъществява чрез:

а) създаване на нормативната уредба за развитие на туризма, както и стандарти и изисквания за туристическите дейности и обекти, в съответствие с международното законодателство и обичайната практика;



- б) разработване на стратегии и програми за развитие на туризма;
- в) провеждане на национален маркетинг, промоция и реклама в областта на туризма;
- г) провеждане на стратегия за диверсификация на туристическия продукт;
- д) разработване на национални стратегии за продуктите структури на туризма;
- е) съдействие, контрол и координиране на изграждането на инфраструктурата на туризма;
- ж) разработване на критерии за контрола върху качеството на туристическия продукт;
- з) участие в управлението на финансите и човешките ресурси в областта на туризма съвместно с компетентните ведомства.

5.1.3.2. Други функции на държавните органи са тези, свързани с **контрола върху качеството на туристическия продукт и дейност.**

На първо място контролна дейност се извършва от **Министъра на туризма**, който изпълнява следните контролни функции и правомощия, предоставени му съгласно Закона за туризма:

- разработва и контролира изпълнението на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма и на стратегии за развитие на отделни видове туризъм, както и краткосрочни програми и планове за прилагането им;
- организира и координира контрола върху качеството на туристическия продукт;
- разработва проекти и участва в разработването, оценяването, наблюдението и контрола върху изпълнението на програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
- осъществява контрол на дейността на Организацията за управление на туристическите райони.

Държавата упражнява системен контрол върху качеството на туристическите дейности и услуги, а органите на местно самоуправление упражняват текущ административен контрол върху изпълнението на областните и общинските стратегии за развитие на туризма.

Туроператорската и туристическата агентска дейност също подлежат на контрол от държавата с цел защита и гарантиране сигурността и правата на потребителите на туристически услуги, както и с цел предотвратяване възникването на опасност от увреждане на държавни и обществени интереси в туризма.

5.1.4. Партньори на държавата при осъществяване функции по развитие и управление на туризма



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Туристическите сдружения подпомагат дейността на държавните и местните органи на властта за осъществяване на политиката в областта на туризма и в управлението и контрола върху качеството на туристическия продукт.

В Националния туристически регистър към 2020 г. има вписани 216 туристически организации. По-известни сред тях са следните неправителствени организации: Национален борд по туризъм (НБТ), Българска туристическа камара (БТК), Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация (БХРА), Българска асоциация на туристическите агенции (БАТА), Български съюз по балнеология и СПА туризъм (БСБСПА), Българска асоциация за алтернативен туризъм (БААТ), Българска асоциация за селски и екологичен туризъм (БАСЕТ) и др.

Туристическите организации партнират на държавните органи чрез:

- участие в разработването на стратегии и програми за развитието на туризма на национално, регионално и местно равнище;
- участие в регистрирането на туристическите дейности и категоризирането на туристическите обекти;
- съдействие за реализацията на маркетинговата дейност, промоцията и рекламата на туристическия продукт;
- съдействие за повишаване на професионалната квалификация на персонала в туризма;
- участие в контролната дейност и в регламентирането на професионалната етика в туризма и недопускането на нелоялна конкуренция.

5.1.5. Източници на финансиране на туризма

Относно **финансиране на туризма** в РБългария се осъществява от следните източници на средства, които могат да се обособят **в следните три групи:**

1. Бюджетни средства (Бюджет на Министерство на туризма, общински бюджети);
2. Европейските фондове и програми;
3. Банкови кредити.

Първите два източника имат по-голямо значение и перспектива за развитието на туризма. В условията на финансова криза очевидно банковият кредит не може да бъде основен източник, главно поради силно увеличените изисквания на банките от гледна точка на гарантиране на вземанията по кредитите и тежестите при тяхното обезпечение. Собствените средства на предприемачите са крайно недостатъчни и не биха могли да бъдат основа на предприемаческата дейност в развитие на разнообразните форми на туризъм. Затова вниманието е насочено към възможностите, които дават централизираните фондове на държавата и европейските програми в това направление.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



5.1.5.1. Бюджетни средства

Туризмът се финансира със средства от националния бюджет и на местно ниво от бюджета на всяка община.

На национално равнище Министерът на туризма е органът, който управлява средствата от държавния бюджет за финансиране развитието на туризма. Отпусканите от държавния бюджет средства за реклама на България като туристическа дестинация са изключително недостатъчни. Министерство на туризма изготвя Годишна програма за национална туристическа реклама, което допринася за по-ефективно разпределение на средствата, но все още те са доста под инвестираните в реклама на националния туристически продукт от другите Европейски страни. За пример бюджетът на Министерство на туризма за 2019 г. е 19 449 000 лева, от които 14.57 млн са определени за реклама и маркетинг, а за 2020 г. – 19 648 500 лева, от които 14 984 700 лв. за реклама и маркетинг. Министерството носи отговорност за администриране на средствата, които постъпват от националния бюджет, както и от фондовете на ЕС. За сравнение през 2018 г., бюджетът за туризъм на Република Хърватска възлиза на HRK 230 милиона, приблизително EUR 30 500 000, представляващи 0.2% от целия бюджет на страната. Бюджетът на Гърция за същата година е EUR 63 000 000, голяма част от които се използват за туристическа реклама. Могат да се дадат още много примери, които обаче единствено потвърждават същата тенденция.

На местно ниво, бюджетът на общините, който се разходва за финансиране на туризма на местно ниво, се формира основно от туристическия данък.

Законът за местните данъци и такси урежда постъпването в общинския бюджет на туристически данък, с който се облагат нощувките, като данъчно задължени лица са лицата, предлагащи нощувки. Общинският съвет на съответната община определя с наредба размера на данъка в граници, определени в закона, за всяка нощувка съобразно населените места в общината и категорията или регистрацията на местата за настаняване по [Закона за туризма](#). Приходите от туристическия данък се разходват за предвидените в общинската програма за развитие на туризма проекти, включващи мероприятията за:

- изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма на територията на общината, включително местните пътища до туристически обекти;
- изграждане и функциониране на общински туристически информационни центрове и организация на информационното обслужване на туристите;
- изграждане и поддържане на туристически обекти, които са общинска собственост или за които правото за ползване и управление е предоставено на общината;
- организиране на събития и мероприятия с местно и национално значение, които допринасят за развитието на туризма;
- провеждане на проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината;



- реклама на туристическия продукт на общината, включително участие на туристически борси и изложения;
- взаимодействие и членство на общината в туристически сдружения и в съответната организация за управление на туристическия район;
- подобряване качеството на услугите, предлагани в общинските туристически обекти;
- благоустрояване, изграждане и поддържане на инфраструктурата – общинска собственост, в националните курорти, когато на територията на общината има такива.

5.1.5.2. Европейските фондове и програми

Ресурсите за финансиране на туризма от Европейските фондове и програми са обособени в три групи: Европейски структурни и инвестиционни фондове за България 2014 – 2020 г., Програми за териториално сътрудничество (2014-2020 г.) и други политики и програми на Европейския съюз.

➤ **Европейски структурни и инвестиционни фондове за България 2014 – 2020 г.**

В този раздел са включени девет програми за интервенция, които пряко подпомагат финансирането на туристическия сектор или оказват индиректно положително въздействие върху инфраструктурата, опазване на културното наследство, подкрепа за работната сила и други фактори за развитие на устойчив туристически продукт.

В началото на програмния период са предвидени процедури и мерки за финансиране на туризма по пет от тях. Към момента на изготвяне на доклада са отпуснати средства по три оперативни програми. Най-съществено е разминаването между планирани и осъществени мерки в Програма за развитие на селските райони (ПРСР) 2014 – 2020 г. От предвидените три подмерки за пряко финансово подпомагане на туризма не е осъществена нито една.

Конкретна информация за отделните програми представяме в този раздел, както следва:

1. Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ (ОПИК) 2014-2020 г.

- През програмния период е реализирана Процедура BG16RFOP002-2.010 - Предоставяне на институционална подкрепа на Министерство на туризма за дейности, свързани с повишаване капацитета на МСП в областта на туризма по Приоритетна ос 2 „Предприемачество и капацитет за растеж на МСП“, Инвестиционен приоритет 2.2 „Капацитет за растеж на МСП“. Общият размер на финансовия ресурс е 9 779 150 лева, от които 85% или 8 312 277,50 са осигурени от ЕФРР, а останалите 15% или 1 466 872, 50 лева са национално съфинансирани.
- В условията на световна пандемия, оказала силно негативно въздействие върху туристическия бранш, е обявена процедура BG16RFOP002-2.092 - Подкрепа на предприятия, регистрирани по Закона за туризма като туроператор или туристически агент, за преодоляване на икономическите

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



последствия от пандемията COVID-19. Процедурата цели осигуряване на оперативен капитал за справяне с последиците от пандемията COVID-19 на българските микро-, малки и средни предприятия, извършващи туроператорска и/или туристическа агентска дейност.

В процес на изпълнение по ОПИК 2014-2020 са два проекта с бенефициент Министерство на туризма.

- Първият проект BG16RFOP002-2.010-0002 е с наименование „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони.

Той е в обхвата на отпуснатата за Министерство на туризма безвъзмездна финансова помощ по процедура чрез директно предоставяне BG16RFOP002-2.010 „Предоставяне на институционална подкрепа на Министерство на туризма за дейности, свързани с повишаване капацитета на МСП в областта на туризма“.

Стойността на проекта е 5 052 041,08 лв. Срокът му за изпълнение е 36 месеца.

Целта на проектното предложение е повишаване конкурентоспособността на малките и средни предприятия за устойчиво развитие на туризма посредством институционална подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за управление на туристическите райони (ОУТР) в деветте туристически района в България. Специфичните цели на проектното предложение са:

- ✓ изграждане на Организациите за управление на туристическите райони (ОУТР), които от една страна да спомогнат да се създаде механизъм за взаимодействие между фирмите и туристическите организации, от друга страна да се запълни празнината в управлението и маркетинга на дестинациите между местното и националното ниво; повишаване конкурентоспособността на малките и средни предприятия в туризма чрез подобряване информираността на МСП, качеството на туристическия продукт и на туристическото обслужване; подобряване капацитета на МСП за по-улеснен достъп и присъствие на националния и международните пазари чрез участие в събития и изложения.

- ✓ Основните дейности по проекта са насочени към разкриване на офиси на ОУТР в 9 туристически района и закупуване на оборудване; разработване и прилагане на стратегически документи за развитието на туристическите райони; организиране на участието на ОУТР и МСП в национални и международни туристически събития и изложения, В2В срещи, форуми и др.

- ✓ С проекта се цели да се обединят ресурсите и да се съгласуват действията между различните заинтересовани страни на национално, регионално и местно ниво за развитие на комплексен, разнообразен и конкурентноспособен туристически продукт; да се развие регионалния маркетинг, да се покаже богатството на страната на характерни ресурси и възможности за различни видове туризъм на ниво туристически район; по-ефективно да се достигне до потенциални туристически пазари, особено далечните, чрез представяне на достатъчно големи по обхват райони, които са разпознаваеми на картата не само за българите, но и за чужденците.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

• Вторият проект, изпълняван от Министерството на туризма е „Повишаване качеството на услугите на МСП в туризма чрез използване на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) и уеб-базиран маркетинг“, на стойност 4,6 млн. лв. с продължителност 36 месеца.

С изпълнението се цели развитие и актуализация на съдържанието на порталния туристически сайт www.bulgariatravel.org, и е предвидено създаване на виртуална платформа за всяка от деветте Организации за управление на туристическите райони в страната (ОУТР).

Целта на проекта е да се подобри качеството на услугите на МСП в туризма чрез използването на информационни и комуникационни технологии и уеб базиран маркетинг. Основните дейности, предвидени за изпълнени, са насочени към провеждане на ефективна реклама в страната и чужбина на туристическите райони, съобразно тяхната специфика, които ще бъдат промотирани чрез дигитален маркетинг и реклама в национални и международни телевизионни канали.

2. Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014-2020 г.

Приоритетна ос 6 „Регионален туризъм“ на ОПРР е с общ бюджет 100 755 882,00 евро.

Приоритетната ос е насочена към консервация, опазване, популяризиране и развитие на културното наследство чрез развитие на изцяло завършени и интегрирани туристически продукти за паметници на културата от национално и световно значение.

Конкретни бенефициенти, в смисъла на публична или частна организация, която отговаря за започването или за започването и изпълнението на операции са:

- Министерството на културата – за обектите държавна собственост, управлявани от МК, включително в сътрудничество с НПО за дейности за развитие на регионални туристически продукти, когато е приложимо;
- Общини – за обектите общинска собственост (или за държавна собственост с предоставено право на управление на общините), включително в сътрудничество с НПО за дейности свързани с развитие на регионални туристически продукти, когато е приложимо;
- Институции на вероизповеданията и техни местни поделения, които са юридически лица – за обектите, собственост на съответните религиозни институции и техните местни поделения – юридически лица, включително в сътрудничество с НПО за дейности за развитие на регионални туристически продукти.

Акцентът на приоритетната ос е върху развитието на туристическия продукт по екологично и икономически устойчив начин, основано върху продуктово и пазарно разнообразие и по-пълно и по-равномерно използване на туристическия потенциал. Целта е да се допринесе за икономическото разнообразяване на регионите и да се осигурят възможности за устойчив растеж на регионално и национално ниво.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

- В Процедура BG16RFOP001-6.001 – „Подкрепа за инвестиции чрез финансови инструменти в проекти за регионален туризъм в рамките на Оперативна програма "Региони в растеж" 2014-2020“ е предвидено използване на финансови инструменти на обща стойност 98,5 млн. лв. Допустими за финансиране са всички обекти на културното наследство от национално и световно значение, включени в Националния регистър на недвижимите културни ценности на Националния институт за недвижимо културно наследство (НИНКН) и на списъка на обекти на световното културно наследство на ЮНЕСКО.

- Процедура BG16RFOP001-6.002 – „Развитие на туристически атракции“ е насочена към реставрация, консервация, опазване, популяризиране и развитие на културното наследство чрез развитие на изцяло завършени и интегрирани туристически продукти за недвижими културни ценности с категория „световно значение“ или „национално значение“.

3. Оперативна програма „Добро управление“ 2014-2020 г.

- Чрез процедура BG05SFOP001-1.002 „Приоритетни проекти в изпълнение на Пътната карта за изпълнение на Стратегията за развитие на електронното управление в Република България за периода 2016-2020 г.“ е предвидена подкрепа за изпълнение на приоритетни краткосрочни проекти.

В обхвата е включена автоматизация на дейностите, свързани с администрирането на 50 приоритетни административни услуги на общинско ниво.

Изпълнението на тази оперативна програма оказва индиректно положително въздействие върху туристическия сектор с оптимизиране на бизнес средата и административни улеснения за участниците в икономическия оборот.

4. Оперативна програма “Развитие на човешките ресурси” 2014-2020 г.

На 01.07.2020 г. стартира изпълнението на проект „Заетост за теб“, който се реализира по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ и се изпълнява от Агенцията по заетостта на територията на цялата страна. Предвидено е проектът да осигури заетост на 70 000 безработни лица, в т. ч. такива, останали без работа вследствие от възникналата пандемия и разпространението на коронавируса COVID-19. Разходите по изпълнението на проекта се финансират по линия на ЕСФ и националния бюджет на Р България. Бюджетът на проекта е 160 000 000 лв., от които е определена национална квота в размер на 50 000 000 лв. за приоритетно подпомагане на работодатели от сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ и „Туристическа агентска и операторска дейност; други дейности, свързани с пътувания и резервации“.

5. Оперативна програма „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014 -2020 г.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Финансовите средства са насочени за развитие на транспортната система, което допринася за ефективната свързаност на транспортната мрежа и премахването на участъци с недостатъчен капацитет в нея, подобряване на безопасността, насърчаване употребата на екологосъобразни видове транспорт.

Икономическите субекти в областта на туризма получават изгода от изградена и поддържана инфраструктура, благоприятстваща туристическия поток.

6. Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ 2014 – 2020 г.

Финансовият ресурс по тази програма въздейства върху развитието на туризма чрез подпомагане на връзката на висшето и училищното образование с пазара на труда, на образователната интеграция и ученето през целия живот. Обезпеченост с квалифицирани кадри е предпоставка устойчиво развитие.

7. Оперативна програма „Околна среда“ 2014-2020 г.

Източниците на финансиране по тази програма оказват индиректно въздействие върху туристическия бранш. Цели на програмата са изграждане на ВиК инфраструктура и устойчиво управление на водния сектор, постигане на съответствие с йерархията при управлението на битовите отпадъци, подпомагане изпълнението на Националната приоритетна рамка за действие на екологичната мрежа Натура 2000, превенция и управление на риска от наводнения и свлачища и намаляване замърсяването на атмосферния въздух.

Несъмнено качествена инфраструктура и чиста природа са предпоставки за устойчиво развитие на туризма.

8. Програма за развитие на селските райони (ПРСР) 2014 – 2020 г.

Според националната дефиниция, селските райони се определят на ниво община (LAU 2) и включват територията на 231 общини от общо 265 в страната.

В началото на програмния период е предвидена **Подмярка 6.2** „Стартова помощ за неземеделски дейности“, с която се финансират дейности за развитие на туризъм (изграждане и обновяване на туристически обекти и развитие на туристически услуги). Планиран е ресурс за проекти за обновяване или изграждане на места за настаняване с до 20 помещения. *Преимуществената подкрепа за развитие на селски, еко и културен туризъм и др. алтернативни форми остава неосъществена.*

В програмния вариант на Подмярка **6.4.1** „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности“ са включени за подпомагане инвестиции в неземеделски дейности, които са насочени към:

- Развитие на туризъм (изграждане и обновяване на туристически обекти и развитие на туристически услуги);

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



- Туристическо настаняване и осигуряване на храна на туристите (включително къщи за гости, къмпинги и съоръжения, и т.н.);
- Развитие на туристическите услуги, които предлагат на посетителите възможности за спорт и отдих или са насочени към хобита и други дейности за свободното време (езда, колоездене, фототуризм) и специализиран туризъм за любители на природата – наблюдение на птици, животни, пеперуди, растения и т.н.);
- Туристически услуги, свързани с опазване и експониране на места с исторически, културен, природен или образователен интерес (стари изби, мелници, ферми, изложения на закрито и открито), и т.н.

Тази подмярка остава неосъществена във всички части, свързани с туризма.

По Подмярка 7.5. Инвестиции за публично ползване в инфраструктура за отдих, туристическа инфраструктура е предвидено предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за подпомагане на следните дейности:

- Изграждане, реконструкция, ремонт, закупуване на оборудване и/или обзавеждане на: туристически информационни центрове, на посетителските центрове за представяне и експониране на местното природно и културно наследство, на централите за изкуство и занаяти с туристическа цел;
- Изграждане, реконструкция, ремонт и закупуване на съоръжения за туристически атракции, които са свързани с местното природно, културно и/или историческо наследство и предоставящи услуги с познавателна или образователна цел; за туристическа инфраструктура (информационни табели и пътепоказатели за туристическите места и маршрути, съоръжения за безопасност, велоалеи и туристически пътеки).

Тази подмярка е осъществена частично през процедури на Местни инициативни групи.

В процес на изпълнение е **Подмярка 7.6** „Проучвания и инвестиции, свързани с поддържане, възстановяване и подобряване на културното и природното наследство на селата“ цели възстановяване, реставрация, ремонт и/или реконструкция на сгради с религиозно значение. Реализацията ѝ оказва въздействие върху развитието на туристическия сектор чрез опазване и възстановяване на материално културно наследство, обект на посещения и популяризиране като дестинации.

9. Програма за морско дело и рибарство (ПМДР) 2014 – 2020 г.

Няма пряко отношение между усвояване на финансовия ресурс по тази програма и реализиране на дейности в областта на туризма. Влияние върху развитие на туристически продукт тази програма оказва чрез:

- Популяризиране на природното и културно-историческо наследство на рибарските райони;



- Провеждане на културни и образователни мероприятия (фестивали, изложби, обучения);
- Изграждане на места за спортен риболов, закупуване на плавателни съдове с цел популяризиране на ветроходния спорт, както и за целите на развитие на туризма и др.

➤ **Програми за териториално сътрудничество (2014-2020 г.)**

1. Програма за трансгранично сътрудничество INTERREG V-A Румъния - България 2014-2020 г.

Териториалният обхват на програмата включва 8 области от България – Видин, Враца, Монтана, Плевен, Велико Търново, Русе, Силистра и Добрич и 7 региона от Румъния – Мехединци, Долж, Олт, Телеорман, Гюргево, Кълъраш и Констанца.

Пряко отношение към развитие на туризма има Приоритетна ос 2 – Зелен регион.

Дейности по меки мерки, които имат влияние върху развитие на туризма са:

- Запазване, промотиране и развитие на нематериалното културно наследство, основно чрез културни събития с транс-гранично измерение.
- Развитие на съвместни туристически продукти и услуги на база общо промотиране на културното наследство и природните богатства.
- Развитие на координирано управление на природните паркове, природните резервати и други защитени зони.

Дейности по твърди мерки:

- Подкрепа на промотирането и използването на потенциала на културното и природно наследство чрез инвестиции в обща и устойчива туристическа инфраструктура.
- Модернизиране/изграждане на пътища до обектите на природното и културно наследство, които ще бъдат част от трансграничния туристически продукт.
- Реконструкция на инфраструктурата на културните обекти; възстановяване и промотиране на паметници на културата, в изпълнение на съответните трансгранични стратегии/концепции.

2. Програма за трансгранично сътрудничество по Инструмента за предприсъединителна помощ България – Турция 2014-2020г.

В обхвата на програмата са включени областите Бургас, Ямбол и Хасково за територията на Република България и провинциите Одрин и Къркларели за територията на Република Турция.

Общият размер на средствата по нея възлиза на 29 642 896 евро.

Програмата има 3 приоритетни оси:

- Околна среда
- Устойчив туризъм
- Техническа помощ

Приоритетна ос 2 „Устойчив туризъм“ е насочена към използване на природното, културното и историческо наследство на региона.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Тематичните приоритети са повишаване на туристическата привлекателност на трансграничния район чрез по-добро използване на природното, културното и историческо наследство и свързаната с него инфраструктура; повишаване на потенциала за трансграничен туризъм чрез разработване на общи дестинации.

3. Програма за трансгранично сътрудничество Гърция - България 2014-2020г.

В териториалния обхват на програмата са включени областите Хасково, Смолян, Кърджали и Благоевград за Република България, префектурите от ниво 3 по NUTS: Еврос, Ксанти, Родопи, Драма, Кавала, Солун и Серес за Република Гърция.

Общият бюджет е 130 262 833 евро, от които средствата от Европейския фонд за регионално развитие са 110 723 408 евро (85 %) и 19 539 425 евро (15 %) - национално съфинансиране от двете партниращи държави.

Подпомагат се финансово следните дейности в областта на туризма:

- Схеми за сътрудничество между бизнеса и чуждестранните предприятия (например музеи) в областта на туризма и/или културата, като бази за настаняване и конгресни центрове, производствени предприятия, транспортни съоръжения, културни съоръжения, и др., с цел въвеждане на интегрирани туристически дестинации, търговски марки на дадени области и т.н.
- Развитие и изпитване на системи за контрол на брендиране на „зелени“ и „традиционни“ продукти, отчитайки и насърчавайки културно и природно наследство;
- Съвместни или общи услуги в подкрепа на износа (например участие в изложби и бизнес-промоционални събития и др.);
- Рехабилитация/опазване на културните ресурси с трансгранично значение;
- Малки инфраструктурни интервенции, необходими за осигуряване на достъпност на обектите;
- Културни инициативи в трансграничния регион.

В процес на изпълнение е Проект „Иновативни инструменти за съхранение и промотиране на културното и природно наследство в трансграничния регион“ (с акроним TOURISM-e), одобрен за финансиране по Програма ИНТЕРРЕГ V-A Гърция-България 2014-2020.

Партньори по проекта са Министерството на туризма на Република Гърция, Колеж по туризъм - Благоевград, Асоциацията на хотелиерите в Солун, Община Сандански и Общинското предприятие за спа и туризъм в Александруполис.

Проектът е насочен към подобряване на достъпа до информацията за обекти от културното наследство в транс-граничния регион с оглед на тяхното промотиране и развитие. Главната цел на проекта е да се увеличи броя на туристите в транс-граничния регион чрез консолидиране на информацията, продуктите и услугите с помощта на иновативни ИКТ технологии посредством валоризиране на културното наследство за туристически цели.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



4. Програма за трансгранично сътрудничество по Инструмента за предприсъединителна помощ България – Македония 2014-2020 г.

Териториален обхват на програмата - областите Благоевград и Кюстендил за територията на Република България и 27 общини за територията на Република Македония.

Общ бюджет на Програмата - 19 461 687 евро.

Приоритетна ос 2: „Туризм“ включва:

2.1. Увеличаване на туристическия потенциал в региона чрез сътрудничество за по-добро опазване и устойчиво използване на природното и културното наследство;

2.2. Подобряване на конкурентоспособността на туристическото предлагане на региона;

2.3. Насърчаване на сътрудничеството в областта на устойчивия туризъм.

Разпределеният финансов ресурс по тази приоритетна ос е:

2018 г. - 15 проекта на обща стойност 4 487 700,05 EUR;

2017 г. - 17 проекта на обща стойност 4 707 627,94 EUR;

2016 г. - 14 проекта на обща стойност на договора от 4 017 478 EUR.

5. Програма за трансгранично сътрудничество България–Сърбия 2014-2020г.

В процес на изпълнение е Проект “Integrated Tourism Offer”, подаден по втората покана по Програма Interreg-IPA СВС България-Сърбия, ССИ № 2014TC16I5CB007 за трансгранично сътрудничество, съвместно с партньор от Сърбия, AZBUKI.

Проектът е по специфична цел 1.3 „Хора за хора“, като основната му цел е да се промотира туристическата атрактивност на трансграничния район с акцент върху подобряване на достъпността на продуктите и услугите в сектора.

Проектът стартира през месец юни 2020 г., като срокът му на изпълнение е 15 месеца.

В рамките на проект „Интегрирана туристическа оферта“ се отваря покана за участници, представляващи туристически партньорства с минимум двама партньори (напр. туристически служители, къщи за гости, представители на малки семейни хотели и хостели, туристически организации, местни власти в сферата на туризма и т.н.) от трансграничния регион на България и Сърбия в областите Кюстендил, Перник, Враня и Ниш.

6. Програма за трансгранично сътрудничество „Дунав“ 2014 - 2020 г.

Тя е финансов инструмент за насърчаване и инициране на проектни идеи свързани с преодоляване на общите предизвикателства и нужди в специфични направления, които да постигнат реална полза за хората и да изградят ефективни връзки между властите и организациите в Дунавския регион.

7. Програма за трансгранично сътрудничество Балкани – Средиземно море 2014- 2020 г.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Общата цел на Програмата е използване на споделените териториални предимства и подпомагане на интегрираното териториално развитие и сътрудничество за повишена конкурентоспособност и устойчиво развитие на балканско-средиземноморския регион.

Географският обхват включва участието на три държави-членки на ЕС: Гърция, Кипър и България и две държави кандидат-членки на ЕС: Албания и Бивша Югославска Република Македония.

Разполагаемият бюджет е 39 727 652 евро, формиран със средства от Европейския фонд за регионално развитие в размер на 28 330 108 евро, 5 126 138 евро от Инструмента за предприсъединителна помощ и 6 271 406 евро от национално съфинансиране.

8. Съвместна оперативна програма „Черноморски басейн 2014 – 2020 г.“

В териториалния обхват на Програмата попадат 10 държави - България, Гърция, Румъния, Турция, Армения, Азербайджан, Грузия, Молдова, Русия и Украйна – с цялата си територия или с региони на ниво NUTS II (или еквиваленти).

Финансовите средства се осигуряват от Европейския инструмент за съседство, Европейски фонд за регионално развитие и Инструмента за предприсъединителна помощ. Общият бюджет на програмата е в размер на 53 942 456,70 евро.

Един от четирите приоритета е „Съвместно насърчаване на бизнеса и предприемачеството в областта на туризма и културата“.

➤ Политики и програми на Европейския съюз

1. Програма за конкурентоспособност на малките и средните предприятия COSME 2014-2020 г.

- В рамките на тази програма Министерство на туризма изпълнява проект „Здравен и балнео туризъм GRO/SME/18/C/065 – Bulgaria Sanus per Aquam“. Проектът е одобрен за финансиране по поканата за набиране на предложения „Най-добри европейски ЕДЕН дестинации – селекция 2019“ по Програмата за конкурентоспособност на малките и средни предприятия (2014-2020г.) – COSME. Договарящ орган е Изпълнителната агенция за малки и средни предприятия към Европейската комисия.

Целта на проекта е да се изберат пет нови малко познати ЕДЕН дестинации в областта на здравния и балнео туризъм в България. По този начин се промотират нововъзникващи и малко познати български туристически дестинации, които са разработили специфичен туризъм въз основа на техните местни природни ресурси, съоръжения и инфраструктура за развитие на здравен и балнео туризъм. За целта в рамките на проекта е проведен конкурс. Победител в състезанието е Община Костенец, а нейни подгласнички са Община Самоков (с. Белчин), Община Баните, Община Сапарева баня и Община Ардино.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



За избраните 5 дестинации е извършено фотозаснемане и се подготвя брошура на български и английски език за популяризиране на техния потенциал.

Чрез проекта EDEN се привлича вниманието към многообразието и общите характеристики на европейските туристически дестинации, които се включват в обща мрежа. Повече информация за проекта е публикувана на интернет страницата на ЕДЕН мрежата в България - <http://www.edenbulgaria.eu/>.

- Реализира се проект „Комуникационна кампания за популяризиране на дестинациите ЕДЕН в България – III издание“ - BG EDEN Campaign III, финансиран по програма COSME 2014-2020 г. Министерство на туризма подписва Споразумение за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ GRO/SME/17/C/095 за проект European destinations of Excellence (EDEN) – Promotion 2017 – BG EDEN Campaign III (Bulgaria), („Комуникационна кампания за популяризиране на дестинациите ЕДЕН в България – III издание“ - BG EDEN Campaign III), финансиран по програма COSME 2014-2020 г. Проектът е подаден по покана за набиране на предложения EDEN 2017 – GRO/SME/17/C/095 на Европейската комисия. Договарящ орган е Европейската агенция за малки и средни предприятия (ЕАМСП) на ЕК. Проектът е на стойност 109 319 лв. Срокът му за изпълнение е 18 месеца.

EDEN е акроним на European Destinations of Excellence (Най-добри европейски дестинации) – инициатива на ЕК, която популяризира моделите на устойчиво развитие на туризма на територията на целия Европейски съюз. По инициативата ЕДЕН се обявяват два вида покани. Първият вид от поканите за набиране на предложения включва финансиране на допустимите разходи за провеждане на национален конкурс за избор на най-добра/отлична национална туристическа дестинация (ЕДЕН дестинация) на определена от ЕК тема. В резултат на конкурса се излъчва една туристическа „най-добра дестинация“ и до 4-ма подгласници за всяка участваща страна. Получателите на наградата са нетрадиционни и малко познати дестинации. Вторият вид на покана по ЕДЕН за набиране на предложения се фокусира върху провеждане на кампании за промотиране и за повишаване на информираността на най-добри европейски дестинации, които вече са били избирани по първия вид покана за провеждане на национален конкурс.

2. Програма Творческа Европа (Creative Europe) 2014-2020 г.

Творческа Европа е рамковата програма на ЕК в периода 2014-2020 г. за подкрепа на културния и аудиовизуалния сектор. Тя подпомага проекти в областите култура, кино, телевизия, музика, литература, изпълнителските изкуства и наследството.

Туристическият сектор не е пряк ползвател на финансов ресурс.

5.1.5.4. Банково кредитиране

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Сред източниците за финансиране на туризма в България, **банковото кредитиране** не се ползва с особено голяма популярност.

Основните недостатъци при банковото финансиране на туризма са:

- кратък срок на кредитите – повечето банки в България нямат дългосрочен ресурс и могат да отпуснат заем за период, не по-дълъг от 5 години;
- висок лихвен процент;
- изискване за собствено участие в проекта – обикновено банките финансират до 70% от стойността на сделката, а другите трябва да бъдат осигурени от кредитоискателя;
- изискване за история на компанията и отлични финансови показатели по счетоводните отчети;
- консервативен погасителен план, без възможности за гратисен период, докато трае строителството или извън сезона (ако обектът е сезонен);
- мудност при вземането на решение за кредитиране.

5.1.5.5. Източници на финансиране на Организации за управление на туристическите райони (ОУТР)

Чл. 43, ал. 1 от Закона за туризма регламентира следните източници за формиране на бюджета на ОУТР:

1. членски внос;
2. приходи от стопанска дейност и предоставяне на платени услуги;
3. средства от участие в европейски, международни и други донорски програми;
4. дарения от физически и юридически лица;
5. други източници (включително държавно субсидиране при условия и по ред, определени от министъра на туризма).

5.1.5.6. Съществуват недостатъчно използвани възможности за развитие и финансиране

- Европейското законодателство за трансграничното здравеопазване дава възможност за развитие на здравния и рехабилитационния туризъм. Предизвикателство пред българския бизнес е да развие идеи за максимално използване на минералните извори у нас за балнеолечение и СПА туризъм. За тази цел е необходимо процедурите по вземане на концесия на лечебните извори да се облекчат.
- Съществува идея за присъждане на „зелена звезда“ на хотелите, които предлагат екологично чисти храни и продукти, за да се стимулира участието на малките производители на зеленчуци, мляко и други суровини и продукти в хотелските доставки. Така се цели постигане на синергия между българския туризъм и земеделието, в резултат на която и двата отрасли взаимно да растат.



- В бъдеще категоризацията на хотелите следва да се извършва по европейските стандарти и да отчита не само материалните активи на сградите, но и постиженията на марката и бизнеса на съответния собственик, както това се прави при световните хотелски вериги.
- Европейската комисия подпомага създаването на мрежи между основните европейски туристически региони. Регионите са институциите с най-голямо стратегическо значение на национално равнище за планирането и устойчивото развитие на туризма, успоредно с насърчаването на конкурентоспособността на европейските дестинации. През юли 2009 г. е създадена NECSTouR – отворена мрежа на европейските туристически региони, която има за цел да координира изследователските програми и да служи като платформа за обмен на знания и новаторски решения в областта на устойчивия и конкурентоспособен туризъм. NECSTouR е сдружение с нестопанска цел, учредено съгласно белгийското законодателство. Като мрежа, обединяваща 34 европейски регионални туристически власти и 30 асоциирани членове (университети, научни институти, представители на туристическите предприятия и асоциации за устойчив туризъм), NECSTouR активно работи и за справяне с предизвикателствата чрез идентифициране и споделяне на решения и най-добри практики с членове и ключови партньори и съюзи в цяла Европа. По този начин организацията помага на дестинациите да постигнат по-интелигентен и по-устойчив подход към развитието на туризма. NECSTouR прилага интегриран подход към управлението на туризма и връзка между регионалните и по-широките европейски нива на управление. Организацията осигурява връзка между членовете и Европейския парламент, Европейската комисия и Комитета на регионите като наблюдава, допринася и влияе върху развитието на европейската туристическа политика. Като член на Съвета на асоциираните членове на UNWTO, NECSTouR дава възможност на регионите и дестинациите да подкрепят и изпълняват съответните приоритети в областта на туризма, свързани с глобалната програма за постигане на цели за устойчиво развитие до 2030 г., приета от Общото събрание на ООН.

5.2. Изводи и обобщения за изследваните законодателни решения в 5-те страни членки на ЕС

Анализът на разгледаните институционални модели в сферата на туризма в 5-те страни членки на ЕС показва сходни елементи в институционалната структура.

В страните-членки, които са във фокуса на настоящия анализ са налице йерархични структури, на върха на които стои министерството, отговорно за развитието и промотирането на туризма (в редица случаи то не е самостоятелно отговорно за туризма, а и за други отрасли – икономика, финанси, заетост и пр.). Институционалната структура при всички, разгледани по-горе страни, е разпределена на три нива – национално, регионално и местно. На всяко от тези нива функционират административни органи, които кореспондират с административната структура на

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

съответната страна. Тази система от институции гарантира всеобхватност и ангажираност на представителите на всички нива в държавната администрация, както и на туристическата индустрия. Забелязва се силно подчертана връзка и преплитане на интересите на туризма с този на индустрията и търговията в много сфери – транспорт, развлекателна индустрия, банково дело, електронни комуникации, недвижими имоти, реклама и др. Широкото представителство, както на държавната администрация, така и на частния сектор, гарантира по-висока степен на ангажираност на всички заинтересовани страни и по-добро финансиране на туристическия бранш.

При разгледаните модели в други страни членки на ЕС, непосредствено подчинен на съответното Министерство, е **специализирана организация**, която основно носи отговорност за реализиране на туристическата политика и националната стратегия за развитие на туризма в страната на национално равнище. По смисъла на законодателствата на изследваните страни-членки тази национална организация има различни наименования, но относително **сходна структура** с Общо събрание, Управителен съвет и Надзорен съвет, и обикновено е пряко подчинена на Министъра. В страни като Дания и Хърватска, където организацията е с наименование Национален Борд по туризъм, е създадено и функционира **самостоятелно дружество с ограничена отговорност, изцяло собственост на държавата, което се занимава с управление и стопанисване на имуществото на Националната туристическа организация** – движимо и недвижимо, сключване на сделки, както и представителство по съдебни дела. Тази структура често се подпомага от **допълнителни органи** като например *работни комисии и съвети* в съответното министерство, отговорно за управление на туризма (както е във Финландия), *Парламентарна комисия по туризъм* (напр. Хърватска и Австрия) и пр.

Паралелно с посочените по-горе основни институции, във всички разгледани страни функционира и **организация** – самостоятелно или като звено на Националната туристическа организация, която се занимава преимуществено с **промотиране и реклама на туризма в страната**, както и с разработване на страната като туристически бранд и търговска марка. Тази организация обикновено носи наименованието “Visit (името на страната)”.

В някои от страните са обособени допълнително и **самостоятелни дружества или органи за развитие на определен вид туризъм** – например природен туризъм, крайбрежен туризъм, градски и конферентен туризъм и пр.

Освен посочените организации, на национално равнище функционират също и различни национални търговски камари; търговски, трудови и потребителски асоциации и браншови организации на туристическата индустрия (хотелиерство, кетъринг, хранителна промишленост, ресторантьорство и пр.)

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризъм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

На следващото ниво в йерархията – **на регионално равнище** функционират органи като **регионални административни агенции, публични дружества** (като например датските компании за развитие на дестинациите) и различни други организации, които се занимават с управление и разработване на конкретни дестинации. На това ниво работят също така **центрове за икономическо развитие, транспорт и околна среда, регионални туристически съвети и други** подобни.

На **местно ниво** в йерархията на туристическите органи действат **общините, местни туристически информационни офиси, организации за управление на дестинациите на местно равнище, местни туристически бордове**.

Направеният обзор показва, че по-добрата регулаторна политика се основава на добре развити и консистентни методи, както и добра координация между отделните звена. Прави впечатление, че министерствата са запазили значителна автономия при имплементирането на политиките, но координацията е засилена, включително чрез определяне на насоки на по-долните звена и засилена финансова дисциплина и административен контрол.

5.3. Оценка на необходимостта от създаване и регламентиране на нова национална структура в сферата на туризма

Сравнителният анализ между разгледаните в настоящия доклад институционални модели в сферата на туризма и българският модел, показва съществени различия, както по отношение на институционалната структура, така и във формите на финансиране.

Видно от представеното по-горе изложение, в България липсва орган, идентичен на Национална туристическа организация.

Съпоставката на действащата организационна структура в България, с тази на другите страни членки, представена по-горе, показва, че макар в страната да има сравнително добре развита система от институции на регионално и местно равнище, **националното ниво е далеч по-слабо институционализирано в сравнение с другите разгледани страни. Липсва национална туристическа организация, която при европейските модели има ключова роля за провеждане на политиките в областта на туризма и едновременно гарантира междуинституционалната съгласуваност и комуникация на всички нива, включително провежда координирана държавна политика в сферата на туризма.**

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



В България функциите на Национална туристическа организация са поети изцяло от **Министерство на туризма**, което имплементира политиките в туризма и координира релевантните дейности на други министерства и институции. Министерството освен това отговаря и за разработването на националния туристически продукт, маркетингови проучвания, управление на външно финансиране на проекти и съдействие на регионалните организации. Министерството се подпомага единствено от **Националния съвет по туризъм**, който е с консултативни функции и в който съгласно чл. 7 от ЗТ участват представители на туристическите сдружения, на националните курорти, на сдружения на въздушни, сухопътни и водни превозвачи, на национално представените сдружения на потребителите в Република България, на национално представителните работодателски организации в страната, както и на Националното сдружение на общините в Република България.

На поднационално равнище - регионалните и местни органи (областни уптавители, общински съвети, кметове, както и Организациите за управление на туристическите райони), разработват и имплементират туристически стратегии, програми и проекти, както и регионални стратегии за развитие на туризма.

В България, за разлика от останалите страни, изключително много се разчита на подкрепата на бизнеса и неправителствения сектор за реализиране целите на националната туристическа политика, за сметка на ангажираността на държавните институции.

Националната стратегия за развитие на туризма за периода 2014 – 2030 г. очертава следните основни слабости на съществуващия в момента институционален модел:

- липса на обособена цялостна организационна структура за управление на туризма за осигуряване на взаимодействието между държавата и частния сектор;
- недостатъчна взаимобвързаност и координация на туристическата политика с другите политики /икономическа, данъчна, социална, екологична, регионална, транспортна, външна, по сигурността и др./;
- честа динамика на компетентния държавен орган по туризма, структурни и персонални промени в националната туристическа администрация;
- недостатъчно ефективно осъществяване на контрол от гледна точка на защита на правата на туристите -потребители, поради липса на специализиран орган/ звено за контрол по спазване на Закона за туризма;
- недостатъчен капацитет и квалификация на кадрите при управлението на различните нива.

Обзорният анализ на законодателството на петте страни членки, регламентиращо системата от органи, действащи в сферата на туризма, както и моделите за финансиране на националния маркетинг и реклама на дестинацията, показват, че **липсата на Национален туристически орган е недостатък на институционалния модел на българския туризъм**. Националната



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

туристическа организация е орган, отговорен за формирането и изпълнението на националната туристическа политика в областта на маркетинга и рекламата. Това е организация, подходяща за изпълнението на отговорностите за развитие на страната като туристическа дестинация. Националната Туристическа Организация може да изпълни функциите си най-задоволително и ефективно само, ако има законово регламентирани широки правомощия, адекватни ресурси и премахване на административните бюрократични препятствия за изпълнение на нейните дейности. От направеният сравнителен анализ се извежда извода, че административният и кадрови капацитет на ресорното министерство, у нас - Министерство на туризма не е достатъчен за извършване на всички дейности по едновременно създаване и прилагане на националната туристическа стратегия, реклама и промотиране на дестинациите, разработване и утвърждаване на туристическия продукт, активен маркетинг на дестинациите, пазарни проучвания и пр. Ето защо считаме, че създаването и ефективното функциониране на Национална туристическа организация несъмнено ще добави стойност за развитие на туристическа индустрия в България.

Националната туристическа организация следва да изпълнява следните приоритетни функции и задачи:

- Изготвя и осъществява националната стратегия за развитие на туризма;
 - Извършва маркетингови проучвания и анализи на световните тенденции и иновации в областта на туризма;
 - Осъществява ефективен маркетинг на националния туристически продукт;
 - Подобрява качеството и обхвата на рекламните стратегии в новата дигитална реалност;
 - Прилага съвременни иновативни модели за привличане на допълнителни средства, като оптимизира финансирането за осъществяване на националната туристическа реклама и изграждане на ефективен национален туристически бранд;
 - Координира и консолидира ресурсите на други органи, институции и бизнеса;
 - Разработва и/или съдейства за разработване на туристически продукти;
 - Създава и развива партньорства с международни организации и членува в тях.
 - Осъществява дейности по Управление на комуникационни и други кризи и/или ситуации, които засягат туризма и международния имидж на страната;
 - Съдейства за обучение и квалификация на кадрите в туризма;
- Създава и организира местни туристически организации и информационни центрове в страната и туристически представителства в чужбина.

Създаването и функционирането на Национална туристическа организация би подпомогнало преодоляване на основни предизвикателства и пречки пред българския туризъм:

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

1. Ценовото предимство на българските морски курорти и зимни дестинации подтиска останалата част от пазара, поддържайки общите ценови точки в индустрията ниски и качеството под западноевропейските стандарти.
2. Доминиране от сравнително малко големи туроператори и хотели, предлагащи масов продукт обезкуражава иновациите и рисковите инвестиции в други сектори на българската туристическа индустрия, включително София, планински и други региони.
3. По-голямата част от входящия бизнес за ваканционни пътувания е съсредоточен през юли и август и в зимния сезон. Високият сезон през лятото е ограничен до 45 дни. Липсва разработена стратегия за развитие на извънсезонен туризъм.
4. Липсват проучвания и анализ на пазара, както и фокус на държавата върху иновациите, новите продукти и новите пазари.

Създаването на Национална туристическа организация като форма на публично – частно партньорство би довело до по-добро сътрудничество между националните, регионалните и местните туристически органи и институции.

Законовото регулиране на съвременен механизъм за финасиране на националния маркетинг и реклама би осигурило нови иновативни модели на финансиране като:

- Фонд за подпомагане на слабо развити туристически райони;
- Фонд за иновации;
- събиране на задължителен членски внос на база на генерирания оборот, което да се администрира от туристическата организация.

Считаме, че създаването на Национална туристическа организация, ще създаде предпоставки за по-ефективно промотиране на българския туристически продукт. Нейната мениджърска функция е от основополагащо значение за бъдещото развитие на туризма. Функционирането на тази организационна структура ще доведе до по-голяма ангажираност на държавата в посока на максимално отключване потенциала на българския туризъм, повишаване на осведомеността за значението на сектора за националната икономика, активно изграждане и консолидиране на взаимоотношенията между ключовите стратегически партньори за постигане на взаимни ползи.

Функционирането на Национална туристическа организация създава доказани предимства и принос за:

- осъществяване на националния маркетинг и реклама;
- промотиране на разпознаваема туристическа марка;

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



- активно изграждане и консолидиране на взаимоотношенията между ключовите стратегически партньори за постигане на взаимни ползи;
- привличане на допълнителни финансови средства чрез осъществяване на проекти, финансирани от европейски и др. донори, и предоставяне на експертни услуги;
- развитие на нови форми на туризъм и повишаване на качеството на туристическия продукт;
- стратегическо планиране и управление на маркетингови и рекламни дейности за популяризиране на България като туристическа дестинация;
- развитие на сътрудничество между публичния и частния сектор в областта на маркетинга и рекламата на дестинацията.

VI. Формулиране на препоръки към държавната администрация за нуждата от промени в изследваните нормативни актове, които имат отношение към създаването на „Национална туристическа организация“

Направеното изследване и анализ на законодателството в областта на туризма на Австрия, Република Хърватска, Гърция, Дания и Финландия, с фокус върху националните структури, които осъществяват националния маркетинг и реклама и източниците на финансирането им, както и изведените обобщения и изводи, ни дават основание да изведем следните **препоръки** към държавните институции.

Препоръките са насочени към създаване модел на нова структура, която да съдейства за надграждане на капацитета по въпросите на туристическия маркетинг и реклама и да мобилизира допълнителен ресурс за тяхното осъществяване, като същевременно предостави възможност за обособяване и по-ефективно разпределяне на функциите по формулиране на националната туристическа политика от гледна точка на цялостната стратегия и икономическа политика на държавата, маркетинговите дейности, свързани с популяризирането на страната като туристическа дестинация, координирането, контрола и подкрепата за развитие на цялостен и неразделен национален туристически продукт.

Препоръките са насочени към подобряване на административния капацитет и повишаване ефективността на туристическия сектор, както следва:



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

1. Да се създаде нова структура към Министерство на туризма, (по модела на Република Хърватска), която да подпомага неговите функции по развитие, управление и контрол в областта на националния маркетинг и реклама на българския туризъм.

1.1. Изведените препоръки, свързани с предложени институционален модел представят възможност за обособяване и по-ефективно разпределяне на функциите по формулиране на националната туристическа политика и адекватна форма и инструмент за постигане целите на Националната стратегия за развитие на туризма и реализиране на заявления от правителството ангажимент за превръщане на туризма в приоритетна индустрия. Създаването на Национална туристическа организация е допълнителна предпоставка за по-добро междуинституционално сътрудничество и синергия при провеждане на политики в областта на туризма.

1.2. Препоръчваме Националната туристическа организация (НТО) да има персонификация като юридическо лице и правно-организационна форма - публично-частно партньорство на пряко подчинение на Министерство на туризма.

1.3. Предлагаме организацията да носи наименованието:

- Национална туристическа организация *или*
- Българска Национална туристическа организация.

2. **Устройство.** Предлагаме Националната туристическа организация да има следните органи:

1. Общо събрание;
2. Управителен съвет;
3. Председател;
4. Изпълнителен директор.

2.1. Препоръчваме **Общото събрание** на Националната туристическа организация да се формира от един представител на Организациите за управление на туристическите райони, на местните туристически организации, на туристическия сектор и други съпътстващи бизнеси, които работят в партньорство или като подизпълнители и доставчици на стоки и услуги за туристическата индустрия, като за всеки 5 % дял в дохода на НТО въз основа на внесения членски внос, имат право на още един представител. Препоръчва се мандатът за всички представители да бъде 4 годишен. Функциите на Общото събрание са основно свързани с взимане на стратегически решения относно развитието и дейността на Националната туристическа организация.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



2.2. Управителен съвет, който е изпълнителният орган на Национална туристическа организация в състав, избран от Общото събрание.

2.3. Председател, който представлява Националната туристическа организация и се избира от Общото събрание. Възможно е НТО да се съпредседателства от министъра на туризма.

2.4. Изпълнителен директор, който осъществява оперативното ръководство, избира се от Управителния съвет, като препоръчваме да се регламентират изисквания, на които да отговаря.

3. Други структури

3.1. Препоръчваме създаване на **местни туристически организации** на територията на общините като клонове на Националната туристическа организация. Считаме, че създаването на местни структури ще добави стойност за осъществяване на по-ефективни реклама и маркетинг на туристическите продукти и популяризиране на съответната община като туристическа дестинация. Местните туристически организации следва да осъществяват сътрудничество и съвместни дейности с органите на местно самоуправление в областта на туризма, като например приемат съвместни планове и програми за развитие на дестинацията и подобряване на условията за престой на туристите, разпределят средствата за постигане на тези цели и т.н. Предлагаме нормативно да се регламентира принципа на задължително членство в местните туристически организации на физически и юридически лица, чиято дейност е свързана пряко или косвено с предоставяне на туристически услуги и стоки на територията на общината.

3.2. Представителства в чужбина. По отношение на представителствата в чужбина, се препоръчва поетапно да се създадат/модифицират представителства в чужбина за основните емитивни и целеви пазари за страната, като с цел оптимизиране на човешки и финансов ресурс, може да се обсъдят и синхронизират възможностите и нуждите на новата структура, с позицията на търговските представители в посолствата на Р България, на подчинение на Министерство на външните работи.

4. Стратегически задачи. Препоръчваме стратегическите задачи на Националната туристическа организация да включват следните дейности:

4.1. Стратегическо планиране и управление на маркетинговите и рекламни дейности за популяризиране на България като туристическа дестинация.

4.2. Развитие и подкрепа на системата от туристически организации на различни нива.

4.3. Насърчаване сътрудничеството между публичния и частния сектор по отношение на маркетинга, брандинга и рекламата на дестинацията.



4.4. Предоставяне на актуална информация, анализи, тенденции и прогнози за целите на всички участници в туристическия сектор.

4.5. Разпространяване и насърчаване на методи и инструменти за развитие на устойчив туризъм на всички нива на дестинация.

5. Функции и дейности. Предлагаме да се реструктурира съществуващия функционален модел с цел разширяване на институционалното поле на действие на Министерство на туризма за създаване и управление на политики в туризма, като функциите по осъществяване на туристическия маркетинг и реклама се възложат на Националната туристическа организация.

5.1. Предлагаме основните функции на бъдещата Национална туристическа организация да включват както маркетингови дейности, така и дейности, свързани с управлението на дестинацията, под формата на т.нар. стратегия на подкрепа, която предполага сътрудничество с частния сектор и действия за хармонизиране и поставяне на общи цели от различните участници в туристическата индустрия.

5.2. На новосъздадената Национална туристическа организация следва да се възложат част от функциите на Министерство на туризма, свързани с промоция на туристическия продукт, развитие на дестинациите, националния маркетинг и реклама, пазарни анализи и пр., основните, от които са следните:

5.2.1. Изготвя и осъществява националната стратегия за развитие на туризма;

5.2.2. Извършва маркетингови проучвания и анализи на световните тенденции и иновации в областта на туризма;

5.2.3. Осъществява ефективен маркетинг на националния туристически продукт;

5.2.4. Подобрява качеството и обхвата на рекламните стратегии в новата дигитална реалност;

5.2.5. Прилага съвременни иновативни модели за привличане на допълнителни средства, като оптимизира финансирането за осъществяване на националната туристическа реклама и изграждане на ефективен национален туристически бранд;

5.2.6. Координира и консолидира ресурсите на други органи, институции и бизнеса.

5.2.7. Разработва и/или съдейства за разработване на туристически продукти.

5.2.8. Създава и развива партньорства с международни организации и членува в тях.

5.2.9. Осъществява дейности по Управление на комуникационни и други кризи и/или ситуации, които засягат туризма и международния имидж на страната;

5.2.10. Съдейства за обучение и квалификация на кадрите в туризма;

5.2.11. Създава и организира местни туристически организации и информационни центрове в страната и туристически представителства в чужбина.



6. Източници на финансиране на националния маркетинг и реклама. Предлагаме финансирането на Националната туристическа организация да е пряко свързано с резултата от туристическата дейност, като конкретно се дефинират произхода на средствата и техният размер. Предлагаме основните източници за финансиране на Националната туристическа организация да бъдат: средства от туристическия данък, от членски внос и от държавния бюджет (по примера на Република Хърватия) и други допълнителни източници. Финансовия механизъм за финансиране на Националната туристическа организация следва да бъде нормативно регламентиран в Закона за туризма или отделни наредби на Министъра на туризма.

6.1. Приходи от държавния бюджет – предлагаме приходите от държавния бюджет да се определят като процент от генерираните приходи от сектор туризъм в държавния бюджет за предходната финансова година по официални данни на компетентните органи (НСИ, БНБ, НАП). Друг подход е приходът от бюджета да е еквивалентен на средствата, инвестирани от туристическия бизнес в реклама за съответната финансова година.

6.2. Приходи от членски внос

Финансирането от членски внос е механизъм за финансова съпричастност на много широка основа, с малки вноски, които не биха натоварили съществено бизнеса. Предлагаме да се регламентира система за събиране на членски внос, като се предвиди участие на задължителни и доброволни членове в местни туристически организации - клонове на Националната туристическа организация, създадени във всяка община. Според изследваните добри практики на другите страни членки, задължителното членство се обвързва със заплащане на задължителен членски внос на годишна или месечна база, определен по математически формули въз основа на генерирания оборот или на приходите от дейността. Различните членове се разпределят в категории въз основа на ангажираността им с националния туристически продукт и ползване на туристическите ресурси за осъществяване на бизнес дейностите, като следва да се предвиди различна ставка за отделните категории членове. Следва да се направи допълнително задълбочено проучване и анализ на състоянието на туризма в различните общини, като се броя места за настаняване, средния брой нощувки на годишна база, вида и броя на туристическите забележителности и атракции и други обстоятелства. Препоръчваме задължителния членски внос да бъде нормативно регламентиран в специална Наредба на Министъра на туризма за размера и реда за събиране на членските вноски, като може да се приложи модела на *хърватския Закон за членските вноски в туристическите бордове на Р Хърватска*.

6.2.1. Размерът на членския внос, дължим от юридическо или физическо лице като задължителен членски внос на местната туристическа организация, следва да зависи от туристическия клас на населеното място, в което се намира седалището или търговския обект на



лицето, от групата на дейността, с която юридическото или физическото лице се занимава, както и с размера на дохода. Следвайки примера на Хърватския национален туристически борд, се препоръчва **членският внос да варира между 0,05% и 0,16% от общия доход** за юридическите и физическите лица, чиято дейност е пряко свързана с туризма, и съответно в зависимост от класа на населеното място, в което се осъществява дейността, и между 0,006% и 0,03% за лицата, чиято дейност е косвено свързана с туризма, като точният процент също е в зависимост от класа на населеното място, в което се осъществява дейността.

6.2.2. Предлагаме средствата от платения членски внос **се разпределят** както следва: 9% по специалната сметка на Националната туристическа организация (Фонд за слабо развити туристически райони) и 2% по специалната сметка за финансиране на проекти и програми на съвместни туристически сдружения (Фонд за съвместни туристически сдружения), а останалите средства се разпределят по следния начин:

- 60% от средствата - към местните туристически организации (клонове на Националната туристическа организация) като целева субсидия за развитие на туризма в общината;
- 15% от средствата-за подпомагане на браншовите туристически сдружения чрез финансиране на предложени от тях програми и проекти за развитие на туризма в съответния бранш;
- 15 % - към Националната туристическа организация.
- 10% - за акумулиране във “Фонд иновации”.

За общини с по-малък приход, може да се прилага различно разпределение.

6.3. Средства от туристическия данък – Предлагаме следното разпределение на приходите от туристическия данък:

- 30% от тях се отпускат на общината или града в района, в който е генериран туристическият данък, и се използват изключително за подобряване на условията за престой на туристите въз основа на предварително приета съвместна програма на общината или града и съответната туристическа организация;
- 35% от средствата – за местните туристически организации (клонове на Националната туристическа организация);
- 10% - към регионалната туристическа организация;
- 25% - към Националната туристическа организация.

6.4. Допълнителни източници

6.4.1. Приходи от извършване на стопанска дейност;

С цел привличане на допълнителни средства за Националната туристическа организация предлагаме да се използва комбинация от различни добри практики, като например:

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



- създаване на онлайн платформа с данни, информация, проучвания и анализи на бъдещата Национална туристическа организация, които да се ползват срещу еднократна такса за отделните продукти или с годишен абонамент;
- съвместни рекламни кампании между Националната туристическа организация и представители на туристическата индустрия, с широк диапазон от услуги и съвместни събития;
- предлагане на стоки и сувенири чрез мрежа от туристически информационни центрове в страната (по примера на Република Сърбия) и други.

6.4.2. приходи от бюджети на местни и регионални органи на самоуправление,

6.4.3. приходи от доброволни вноски и дарения;

6.4.4. приходи от притежавани активи;

6.4.5. приходи от фондове на ЕС и други.

7. Фондове - Предлагаме Националната туристическа организация да създаде специализирани фондове по примера на финландския модел за разпределение на финансовите средства:

7.1. Фонд за подпомагане на слабо развити райони, който да отпуска безвъзмездни средства на местни туристически организации в слабо развити общини и райони чрез програми за подкрепа, насочени към развитие, подобряване и популяризиране на туристическия продукт, запазване и обогатяване на туристическото предложение и създаване на разпознаваем имидж на българския туризъм и страната като цяло. Проектите, програмите и събитията, които отговарят на условията за подпомагане, следва да бъдат избирани съгласно разработени критерии в съответствие със специална Наредба на Министъра на туризма за подпомагане на туризма в слабо развити райони. Според опита на изследваните страни членки, средствата във Фонда се управляват от Националната туристическа организация.

7.2. Фонд Иновации- Фонд иновации е предназначен за обновяване и развиване на туристическата индустрия чрез технологии и иновации, за насърчаване на международните мрежи и за инвестиране в обучение на квалифициран персонал. Целта е да се засили растежа на бизнеса и международната конкурентоспособност, да се увеличи износът, чуждестранните инвестиции и капиталовите инвестиции в българския туризъм, като в дългосрочен план да се подобри производителността и да се създадат работни места и благосъстояние. Средствата от фонда се използват и за финансирането на иновативни проекти в сферата на туризма на малки и средни предприятия, старт-ъпи и пр. Препоръчваме начина за разпределяне на средствата и критериите за избор на проекти да бъдат нормативно уредени.



8. Административна структура и звена на Националната туристическа организация. Препоръчваме създаване на система от звена и отдели като част от Националната туристическа организация, подпомагащи дейността ѝ.

8.1. VisitBulgaria – звено/ организация, която да работи за подобяване имиджа на България като туристическа дестинация, както и за интернационализацията, развитие и разработване на висококачествени туристически продукти. Препоръчваме **VisitBulgaria** да осъществява дейността си в сътрудничество с Организацията за управление на туристическите райони, местните туристически организации и бизнеса. Организацията следва да промотира продажбите на туристически продукти чрез мрежа от представителни офиси в чужбина. Организацията поддържа официалния уебсайт на българския туризъм и промотира националния туристически продукт.

8.2. Отдели в административната структура на Националната туристическа организация, които да развиват отделни направления от дейността/политиките в сектора, примерно изброени:

- Отдел „Проучвания, инвестиции и иновации“
- „Координация и развитие на туристическите организации“
- „Стратегически маркетинг, реклама и комуникации“
- „Проекти и международно сътрудничество“
- „Секторен туризъм“
- „Чуждестранни представителства“
- „Финансов отдел“
- „Правно и административно обслужване“ и др

9. Мониторинг. Препоръчваме да се създаде механизъм за мониторинг регламентира използването на следните инструменти и механизми за осъществяване на мониторинг, контрол, оценка и обратна връзка относно осъществяването на националния маркетинг и реклама от страна на гражданите и бизнеса:

- Годишна програма за национален маркетинг и реклама;
- Доклад за изпълнението на годишната програма за национален маркетинг и реклама;
- Стратегия за развитие на бранд България (петгодишна маркетингова стратегия);
- Годишен доклад за изпълнението на стратегията за развитие на бранд България;
- Финален доклад за изпълнението на стратегията за развитие на бранд България;
- Консултативен съвет към Националната туристическа организация;
- Списък със заинтересовани страни;
- Координатор на връзките с гражданите и бизнеса
- Онлайн система за обратна връзка от граждани и представители на бизнеса и НПО



сектора;

- Отчет за финансовото изпълнение.

10. Надзор – ефективен надзор над дейността на Националната туристическа организация осъществяван от Министъра на туризма и Общото събрание.

VII. Предложение за изменение и допълнение на нормативната уредба

Приложение към доклада

VIII. Заключение

Туризмът е един от секторите на икономиката със специфична, сложна и разнообразна структура и включва множество подсектори, които работят съвместно за създаване на крайния туристически продукт. В резултат на тези характеристики туризмът като отрасъл оказва въздействие върху благосъстоянието на цялото общество, а в някои дестинации – определя живота на хората от съответния район и региона като цяло. Ето защо напредъкът на туристическия сектор носи дългосрочни икономически, социо-културни и екологични ползи не само за лицата, пряко ангажирани с предоставяне на туристически услуги, но и за обществото като цяло.

Предвид фрагментарната структура на туристическия сектор е от особено значение стратегическото планиране на устойчив туризъм и ефективен национален маркетинг и реклама. За тази цел определящо е създаването и функционирането на институционален модел, чрез който да се осигурят допълнителни стабилни източници на финансиране - гаранция за ефективно провеждане и практическа реализация на стратегическите цели в областта на туризма, при условията на строг административен контрол и обществена прозрачност.

Настоящият доклад ясно подчертава необходимостта от създаване на специална национална структура, структурирана при широко представителство на заинтересованите страни, която е утвърдена като модел в множество от страните-членки на ЕС. Считаме, че регламентирането на Национална туристическа организация, създава предпоставки за по-ефективно промотиране на българския туристически продукт. Функционирането на тази организационна структура би създавало по-голяма ангажираност на държавата в посока на максимално отключване на потенциала на българския туризъм, повишаване на осведомеността за значението на сектора за националната икономика, активно изграждане и консолидиране на взаимоотношенията между ключовите стратегически партньори за постигане на взаимни ползи.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Създаването на Национална туристическа организация, която да се занимава с прилагане на националната туристическа стратегия, реклама и промотиране на дестинациите, разработване и утвърждаване на туристическия продукт, активен маркетинг на дестинациите, пазарни проучвания и анализ на релевантна информация от значение за развитието на сектора, секторните политики, поставяне на стратегически задачи и контрол върху тяхното своевременно изпълнение, несъмнено ще доведе до качествена промяна на националния туристически продукт и развитие на туристическата индустрия в България.

Приложения

1. Приложение № 1 - Мотиви към Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма;
2. Приложение № 2 – Проект на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма.

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Приложение № 1

МОТИВИ КЪМ ПРОЕКТ НА ЗАКОН ЗА ИЗМЕНЕНИЕ И ДОПЪЛНЕНИЕ НА ЗАКОНА ЗА ТУРИЗМА

Причини, които налагат приемането на закона

Предложените в настоящия законопроект за изменение и допълнение на Закона за туризма отразяват положителните тенденции, възприети в законодателството на страните членки на ЕС с успешни модели на организационно-институционална структура в сферата на туризма.

Предложените нормативни промени са насочени към допълване на приетите в националното законодателство мерки за развитие на туристическата индустрия в контекста на новите тенденции за развитие на устойчив туризъм и с оглед на тенденциите, които се наблюдават в туристическия отрасъл в страните членки на ЕС.

Основен акцент в направените предложения е подобряване на комуникацията и сътрудничеството между различните административни звена в сферата на туризма чрез създаване на единна национална структура с функции в областта на националния маркетинг и реклама, която да координира усилията на всички заинтересовани страни за подобряване качеството на националния туристически продукт, разработване на националния туристически бранд в съответствие с тенденции в развитието на туристическия сектор в Европа.

Цели на закона

Настоящото предложение за допълнение и изменение на Закона за туризма цели да се приложи институционален модел, утвърден като добра практика, регламентиран в законодателството на повечето страни от Европейския съюз. Целта на предложените изменения е подобряване ефективността на институционалната система в сектора, която да отговори на динамиката на обществените процеси при поддържане на необходимото качество на туристическия продукт. Законопроектът насърчава развитието на институциите, цялостното подобряване на институционалната рамка в страната, в сътрудничество и с активната подкрепа на държавата и ефективно осъществяване на националния маркетинг и реклама.

В тази насока са очертани целите, които да способстват за:

- подобряване и развитие на националния туристически продукт и националния туристически бранд;
- засилване и ускоряване на обмена на оперативна информация относно туристическата дейност и анализ на определени тенденции в сектора;
- насърчаване на международното сътрудничество;



- осигуряване на актуална и адекватна на потребностите на сектора информация и административни услуги;
- подобряване на междусекторната координация чрез сътрудничество между всички заинтересовани страни;
- разработване на по-ефективни политики и стратегии за развитие на туризма на база на стратегически секторен анализ и снели за обучение и квалификация на кадри;
- по-ефективни методи за набиране, разпределение и изразходване на средствата за развитие на туризма и по-ефективен финансов контрол върху тяхното разпределение и разходване;
- въвеждане на технологични иновации в сферата на туризма и осигуряване на средства за развитие на такива иновации;
- осигуряване на по-ефективни и модерни рекламни стратегии за развитие на националния туристически продукт и разработване на регионални туристически продукти под формата на т.нар. „туризъм на дестинациите”.

С цел постигане на институционална отговорност, връзка с интересите на обществото, прозрачност и публичен контрол върху дейността на органите и институциите, отговорни за развитие на туризма, Законопроектът за изменение и допълнение на Закона за туризма предлага създаване на нова национална структура като форма на публично-частно партньорство максимално широко представителство на обществеността, държавната администрация, неправителствения сектор и всички заинтересовани страни чрез включването им в предложената за създаване нова туристическа организация. В условията на автономия на регионалните и местни органи, националната туристическа организация ще разработва и утвърждава политика за развитието на туризма и всеки отделен туристически регион със стратегически цели и задачи, целеви стойности и показатели за изпълнението им. Тази политика за развитие ще се изготвя при взаимодействие между заинтересованите страни и ще изразява общата визия на съответната институция и държавата за нейното развитие, оттам и за развитието на цялостната система за управление на туризма.

Очаквани резултати

Чрез законопроекта ще се оптимизират източниците на финансиране и разпределението на средствата в областта на туризма в съответствие с потребностите на динамично развиващите се обществени и икономически отношения и заложените в приоритетите на Националната стратегия за развитие на туризма (2014 – 2030 г.). Ще се оптимизира институционалната рамка и ще се направи стъпка към усъвършенстване на системата за управление на туризма в условията на прозрачност и отчетност при взаимодействие между регионална автономия, държавни и обществени интереси.

Чрез законопроекта се подобрява връзката между бизнеса и държавата чрез въвеждане на членски вноски за лицата, които имат интерес от развитие на сектора. Развитието, настъпило в резултат на подобреното финансиране ще допринесе за развитие на малките и средни предприятия, както и в резултат на предвиденото за тях допълнително целево подпомагане.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Прилагането на нов финансов модел несъмнено ще има за резултат повишаване качеството на туристическата услуга в отговор на динамично развиващите се обществено – икономически отношения.

Необходимост от допълнителни финансови средства

Предложеният проект на решение води до въздействие върху държавния бюджет, поради което следва да се изготви и приложи одобрена финансова обосновка по чл. 35, ал. 1, т. 4, буква „б“ от Устройствения правилник на Министерския съвет и на неговата администрация.

Анализ на съответствие с правото на Европейския съюз

Със законопроекта не се транспонират актове на Европейския съюз, поради което не се анализира съответствие с правото на Европейския съюз

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Приложение № 2

Проект!

Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма

§ 1. В глава II се създава нов Раздел I „Министър на туризма“

§ 2. В глава II се създава нов Раздел II „Национална туристическа организация“

§ 3. Създава се нов Чл. 6а:

- (1) Към Министерство на туризма се създава Национална туристическа организация (НТО).
- (2) Националната туристическа организация е предназначена да работи за развитие на туризма в Република България и защита на икономическите интереси на физическите и юридическите лица, предоставящи туристически услуги и извършващи други дейности, пряко свързани с туризма, управление на дестинациите и др.
- (3) При извършване на промоционални дейности в страната и чужбина, Националната туристическа организация използва логото на българския туризъм, което се определя по предложение на Общото събрание на организацията.
- (4) Националната туристическа организация осъществява сътрудничество със сродни организации в чужбина и може да бъде член на международни туристически организации.
- (5) Националната туристическа организация е юридическо лице.
- (6) Националната туристическа организация има следните цели и задачи:
 1. Осъществява националния маркетинг на туризма като изготвя и осъществява националната маркетингова стратегия в съответствие със стратегиите по чл. 6, т. 1;
 2. Участва в разработването на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма и на стратегии за развитие на отделни видове туризъм;
 3. Изготвя и изпълнява годишната програма за национална туристическа реклама;
 4. Приема стратегически и оперативен маркетингов план за българския туризъм;
 5. Подпомага координацията на националната политика в областта на туризма;
 6. Осъществява координацията и взаимодействия с организациите за управление на туристическите райони при реализацията на националната маркетингова стратегия и разработването на маркетинговите стратегии на туристическите райони;
 7. Извършва маркетингови проучвания и анализи на световните тенденции и иновации в областта на туризма;
 8. Изготвя анализи, включително основен годишен анализ на развитието на българския туризъм, концепции и програми за устойчиво развитие на туризма



9. Изпълнява стратегически маркетингови проекти с цел постигане на стратегически маркетингови цели;
10. Създава и управлява разпознаваема туристическа марка на Република България;
11. Прави предложения до министъра на туризма за създаване, изменение, допълнение или отмяна на нормативни актове, свързани с развитието на туризма;
12. Разглежда въпроси, свързани с териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура и привличането на чуждестранни инвестиции в туризма;
13. Обсъжда подготовката за туристическите сезони и извършва годишно и сезонно отчитане на постиженията на туристическия сектор;
14. Обсъжда резултатите от дейността на органите, на които е възложено упражняването на контрол в туризма и свързаните с него дейности, и дава препоръки за подобряване работата на контролните органи;
15. Разглежда въпроси и дава препоръки за подобряване защитата на потребителите на туристически услуги;
16. Сътрудничи с ключови партньори, други туристически организации и международни организации;
17. Подобрява репутацията и позицията на българския туризъм на международния туристически пазар;
18. Създава системи за управление на качеството;
19. Подобрява качеството и обхвата на рекламните стратегии в новата дигитална реалност;
20. Разработва и/или съдейства за разработване на туристически продукти;
21. Осъществява дейности по управление на комуникационни и други кризи и/или ситуации, които засягат туризма и международния имидж на страната;
22. Създава и организира местни туристически организации и информационни центрове в страната;
23. Разработва и управлява системата e-Visitor и други туристически информационни системи, както и системи за бизнес управление и вертикална интеграция на всички нива;
24. Поддържа, актуализира и популяризира Националния туристически интернет портал;
25. Създава ефективен механизъм за измерване и наблюдение на ефективността на промоционалните дейности;
26. Осигурява съгласуваност в дейността за публично популяризиране на туризма с цел да се избегнат припокриващи се действия за насърчаване на туризма;
27. Организира професионални обучения и събития с цел повишаване на конкурентоспособността и капацитета на системата на туристическите организации на територията на страната;
28. Взима решение за създаване на туристически представителства на Република България в чужбина и координира дейността им;
29. Организира провеждане на търгове за събития от национален интерес въз основа на решение на Управителния съвет;



30. Определя и променя логото на българския туризъм при осъществяване на промоционални дейности в страната и чужбина;
31. Провежда публични благотворителни търгове за набиране на средства за събития от национално и регионално значение, подкрепя слабо развити туристически райони, проекти на туристически инициативи и продукти в слабо развити туристически райони.
32. Участва в проекти, финансирани от фондовете на ЕС и други публични източници на финансиране;
33. Предприема мерки и дейности за популяризиране на всички селективни форми на туризъм;
34. Разглежда и други въпроси от значение за развитието на туризма.

(7) Работата на НТО се основава на принципа на общата ползност.

(8) Националната туристическа организация не може да извършва стопанска дейност в собствена полза, с изключение на случаите, в които:

1. Управлява публичната инфраструктура, предоставена за управление от местни и регионални туристически единици, публични органи, публични институции и юридически лица, чийто учредители или мажоритарни собственици са местни или регионални органи на самоуправление.
2. Организира събития, които допринасят за утвърждаване на туристическата идентичност на дестинацията (фестивали, концерти, изложби, посещения на туристически обекти).
3. Публикува търговски реклами чрез своите цифрови онлайн и офлайн комуникационни канали и сключва спонсорски споразумения с цел финансиране;
4. Организира професионални срещи и обучения;
5. Предоставя услуги чрез туристически информационни системи и извършва пазарни и други проучвания и анализи, предназначени за търговска употреба;
6. Изпълнява други задачи в полза на развитието на туризма и дестинациите, които не са в противоречие с този закон и други нормативни актове.

§ 4. Създава се нов Чл. 6б:

Националната туристическа организация има следните органи:

1. Общо събрание;
2. Управителен съвет;
3. Председател;
4. Изпълнителен директор;

§ 5. Създава се нов Чл. 6б:

(1) Общото събрание на Националната туристическа организация се състои от:

1. един представител на Организацията за управление на туристическите райони.
2. един представител на местните туристически организации;



3. един представител от всеки туристически сектор и други съпътстващи бизнеси, които работят в партньорство или като подизпълнители и доставчици на стоки и услуги за туристическата индустрия
- (2) Членовете на Националната туристическа организация по ал. 2, т. 1-3 имат право на още един представител в Общото събрание на всеки 5 % дял в дохода на организацията, събран въз основа на внесените членски вноски
- (3) Мандатът на всички представители е 4 години.
- (4) Членовете на Националната туристическа организация по ал. 2, т. 1, т. 2 и т. 3 може да бъдат представлявани в Общото събрание от друго лице с изрично писмено пълномощно за всяко конкретно заседание, когато те не могат да присъстват по обективни причини.

§ 6. Създава се нов чл. 6в

(1) Общото събрание има следните компетентности:

1. Приема, изменя и допълва устава на Националната туристическа организация;
2. Приема, изменя и допълва устройствения правилник на Националната туристическа организация;
3. Приема, изменя и допълва правилник за дейността на Общото събрание на Националната туристическа организация;
4. Приема програма за национален маркетинг и реклама, план и доклад за изпълнението ѝ;
5. Приема стратегия за развитие на бранд България за период от 5 години, годишен и финален доклад за изпълнението ѝ;
6. Обявява обществена поръчка за избор на изпълнител за изработване на стратегически и маркетингов оперативен план за българския туризъм;
7. Избира и освобождава Председателя на Управителния съвет и членовете на Управителния съвет;
8. Контролира дейността на Управителния съвет;
9. Взема решение за създаване на представителства и клонове в чужбина;
10. Приема бюджета и отчет за изпълнението му;
11. Решава други въпроси, предвидени в закона и устава на Националната туристическа организация.

§ 7. Създава се нов чл. 6г

- (1) Общото събрание е редовно и извънредно.
- (2) Редовното общо събрание се свиква от Управителния съвет.
- (3) Извънредно Общо събрание се свиква по решение на Управителния съвет или по писмено искане на една трета от членовете на общото събрание.
- (4) В случая по ал. 3 Управителният съвет свиква извънредно Общо събрание в 14-дневен срок от постъпване на искането.
- (5) Поканата за редовно или извънредно общо събрание съдържа дневния ред, датата, часа и мястото на провеждането му и по чия инициатива то се свиква.



(6) Поканата се публикува на интернет страницата на организацията най-малко един месец преди насрочената дата.

§ 8. Създава се нов чл. 6д

(1) Общото събрание е законно, ако присъстват повече от половината от всички членове. При липса на кворум събранието се отлага с един час по-късно на същото място и при същия дневен ред и може да се проведе независимо от броя на присъстващите.

(2) Общото събрание взема решения с обикновено мнозинство от присъстващите членове, освен ако за решаването на отделни въпроси в устава е предвидено друго.

(3) Решенията по чл. 6в, ал. 1, т. 1 и т. 7 се вземат с квалифицирано мнозинство от две трети от всички членове на общото събрание.

§ 9. Създава се нов чл. 6е

(1) Управителният съвет на Националната туристическа организация се състои от 12 членове и председателя на Националната туристическа организация. Членовете се избират от Общото събрание.

(2) Управителният съвет е изпълнителен орган на Националната туристическа организация и има следните правомощия:

1. Изпълнява задачите, определени със закона и устава на Националната туристическа организация;
 2. Предлага на Общото събрание годишна програма за национален маркетинг и реклама и доклад за изпълнение ѝ;
 3. Предлага на Общото събрание стратегия за развитие на бранд България за период от пет години и годишен и финален доклад за изпълнението ѝ;
 4. Управлява имуществото на Националната туристическа организация в съответствие с работната програма и устава;
 5. Приема общи актове за работата и функционирането на Националната туристическа организация;
 6. Назначава и освобождава Изпълнителния директор;
 7. Изпълнява бюджета и се разпорежда с финансовите ресурси;
 8. Приема правилник за своята работа;
 9. Назначава директори на представителства и ръководители на клонове в страната и чужбина след одобрение на Министъра на туризма;
 10. Изпълнява други задачи, възложени му от Общото събрание.
- (3) Управителния съвет се председателства съвместно от председателя и министъра на туризма.
- (4) Решенията на Управителния съвет се вземат с обикновено мнозинство от гласовете на присъстващите, при условие, че на срещата присъстват повече от половината членове;
- (5) Изключение от разпоредбата на ал. 3 е решението за избор и освобождаване на Изпълнителния директор на Националната туристическа организация, което се взема от



Управителния съвет с квалифицирано мнозинство 2/3 от гласовете на всички присъстващи членове.

(6) Членовете на Управителния съвет на Националната туристическа организация нямат право да участват в работата му чрез пълномощник.

(7) Управителният съвет на Националната туристическа организация се свиква най-малко веднъж на 3 месеца, при поискване на най-малко 1/3 от членовете му, както и в случай на необходимост от обсъждане и взимане на конкретно решение.

(8) Членовете на Управителния съвет се назначават за срок от 3 години и могат да бъдат преизбирани не повече от два пъти за срок от 3 години.

§ 9. Създава се нов чл. 6ж

(1) Председателят отговаря за законността на работата на Управителния съвет.

(2) Председателят на Управителния съвет отговаря за своята работа пред Общото събрание.

(3) Правомощията на Председателя на Управителния съвет се определят с устава на Националната туристическа организация.

§ 10. Създава се нов чл. 6з

(1) Изпълнителният директор на Националната туристическа организация се избира от Управителния съвет по препоръка на министъра на туризма с квалифицирано мнозинство 2/3 от гласовете на всички присъстващите членове на Управителния съвет. При наличие на повече от един кандидат, се прилага мажоритарен изборителен принцип.

(2) Изпълнителният директор ръководи оперативната дейност на Националната туристическа организация.

(3) Изпълнителният директор представлява Националната туристическа организация, като обемът на правомощията му се определя с Устава ѝ.

(4) Изискванията за допустимост на кандидатите за длъжността директор са притежаване на магистърска степен, практически управленски умения и опит, както и добри познания по проблемите, свързани с туризма и/ или международния бизнес.

(5) В компетенциите на Изпълнителния директор са въпроси, решаването на които не е възложено като изключително правомощие на друг орган по този закон.

(6) Изпълнителният директор може да делегира отделни правомощия на други лица от персонала на Националната туристическа организация по ред, определен с Устройствения правилник.

(9) Националната туристическа организация създава административна структура с дирекции и отдели, като функциите им, и изискванията за наемане на персонал се определят с Устройствения правилник на Националната туристическа организация.



§ 10. Създава се нов чл. би

- (1) Местната туристическа организация е клон на Националната туристическа организация, създадена във всяка община на територията на страната.
- (2) Местната туристическа организация е създадена с цел реклама и популяризиране на туризма на територията на съответната община.
- (3) Членството в местната туристическа организация е задължително и доброволно.
- (4) Членството, структурата, органите на управление, функциите, дейностите и източниците на финансиране на местните туристически организации се определят със специална наредба на министъра на туризма.

§ 11. Създава се нов чл. бк

- (1) Към Националната туристическа организация се създава звено VisitBulgaria.
- (2) Функциите на VisitBulgaria са:
 1. Подобряване на имиджа на България като туристическа дестинацията;
 2. Интернационализация, развитие, разработване и промотиране на висококачествен туристически продукт;
 3. Поддържане на официален уебсайт на българския туризъм.
- (3) Дейността на VisitBulgaria се осъществява в сътрудничество с Организацията за управление на туристическите райони, местните туристически организации и представители на частния сектор.
- (4) Към VisitBulgaria се създават представителни офиси в чужбина с цел промотиране на продажбите на туристическите продукти.

§ 12. Създава се нов чл. бл

- (1) Националната туристическа организация учредява следните фондове: Фонд за подпомагане на слабо развити райони и Фонд иновации.
- (2) Фонд за подпомагане на слабо развити райони е предназначен да отпуска безвъзмездни средства на местни туристически организации в слабо развити общини и райони чрез програми за подкрепа, насочени към развитие, подобряване и популяризиране на туристическия продукт, запазване и обогатяване на туристическото предложение и създаване на разпознаваем имидж на българския туризъм и страната като цяло. Условието за подпомагане, на които трябва да отговарят проектите, програмите и събитията, са определени в наредба на министъра на туризма за подпомагане на туризма в слабо развити райони.
- (3) Фонд иновации е предназначен за обновяване и разриване на туристическата индустрия чрез технологии и иновации, за насърчаване на международните мрежи и за инвестиране в



обучение на квалифициран персонал. Средствата от фонда се използват и за финансирането на иновативни проекти в сферата на туризма на малки и средни предприятия, старт-ъпи и пр.

(4) Националната туристическа организация предоставя средства от Фонда за слабо развити туристически райони на общини и региони, които генерират годишен доход от членски внос под определен с наредбата по ал. 2 размер.

(5) Фондовете по ал. 1 се управляват административно от Националната туристическа организация.

(6) Финансирането се извършва по реда на Закона за обществените поръчки.

§ 13. Създава се нов чл. 6м

Финансиране на Националната туристическа организация

(1) Националната туристическа организация приема финансов план и финансов отчет в съответствие с разпоредбите, уреждащи счетоводството и финансовите операции на държавните агенции.

(2) Постъпленията на Национална туристическа организация се формират от:

1. туристически данък в съответствие с Наредба за туристическите такси на Министъра на туризма;
2. членски внос в съответствие с наредбата на министъра на туризма за размера и реда за събиране на членските вноски в Националната туристическа организация на РБългария;
3. приходи от извършване на стопанска дейност – по реда на чл. 7, ал. 7;
4. приходи от бюджети на местни и регионални органи на самоуправление,
5. приходи от държавния бюджет;
6. членски внос на доброволни членове в съответствие с наредбата на министъра на туризма за размера и реда за събиране на членските вноски;
7. доброволни вноски и дарения;
8. притежавани недвижими имоти;
9. фондове на ЕС и други фондове.

(4) Управителният съвет може, въз основа на изрично решение, да взема кредит за изпълнение на работната програма, като общата стойност на задълженията по заеми на годишна база не може да надвишава 10% от общите приходи, предвидени във финансовия план.

(5) Средствата от платения членски внос, определени с наредбата по чл. 6л, ал. 2, т. 2 от закона, се разпределят, в следното съотношение: 9% по специалната сметка на Националната туристическа организация за Фонд за слабо развити туристически райони и 2% по специалната сметка за финансиране на проекти и програми на съвместни туристически сдружения (Фонд за съвместни туристически сдружения), а останалите средства се разпределят както следва:



- а) 60% от средствата-към местните туристически организации като целева субсидия за развитие на туризма в региона;
- б) 15% от средствата-за подпомагане на браншовите туристически сдружения чрез финансиране на предложени от тях програми и проекти за развитие на туризма в съответния бранш;
- в) 15 % - към Националната туристическа организация.
- г) 10% - за акумулиране във “Фонд иновации”.

(6) В случай че определена община, генерира годишен доход от туристически данък под определен с наредба на министъра на туризма, според данни от Националната агенция по приходите за предходната година, 2% от средствата се разпределят по специална сметка на Националната туристическа организация за проекти и програми на асоциирани туристически сдружения, а останалите средства се разпределят:

- 80% към местните туристически организации;
- 20% към браншовите туристически сдружения.

(7) Средствата от туристически данък се разпределят по следния начин:

- а) 30% от тях се отпускат на общината или града в района, в който е генериран туристическият данък, и се използват изключително за подобряване на условията за престой на туристите въз основа на предварително приета съвместна програма на общината или града и съответната туристическа организация;
- б) 35% от средствата – за местните туристически организации;
- в) 10% - към регионалната туристическа организация;
- г) 25% - към Националната туристическа организация.

§ 14. Създава се нов чл. 6н

(1) Общото събрание на Националната туристическа организация избира независим одитор за извършване на годишен одит. След приключване на одита, одитният доклад се представя пред Общото събрание.

(2) Въз основа на надзора по ал. 1, Общото събрание на Националната туристическа организация издава заключение и становище и при необходимост издава препоръки за отстраняване на констатираните нередности. Заключение и становището, както и препоръките се предават на министъра на туризма, заедно с доклада за изпълнение на годишната работна програма.

(3) Националната туристическа организация е длъжна да публикува заключението и становището на своя уебсайт и да ги направи постоянно достъпни.

(4) Ако при осъществяването на експертен надзор Общото събрание установи наличието на нередности, събранието предприема мерки за отстраняване на констатираните нередности като:



1. конкретизира мерките, предприети за отстраняване на констатираните нередности, и определя подходящ срок за това;
2. разпорежда иницииране на процедура за определяне отговорности на служителите на Националната туристическа организация;
3. предприема други предписани мерки.

§ 15. Създава се нов чл. 60

(1) Министърът на туризма осъществява контрол върху дейността на Националната туристическа организация за спазване на разпоредбите на този закон и подзаконовни нормативни актове, издадени по прилагане на закона.

(2) Министърът на туризма извършва надзора по ал. 3 въз основа на документация, представена от Националната туристическа организация, като има право да изисква допълнителни документи.

(3) При осъществяване на надзора министърът на туризма има право да изисква от Националната туристическа организация доклади, данни, материали и всякаква друга информация, която счита за необходима.

§ 16. Създава се нов чл. 6п

(1) Ако при осъществяване на надзора министърът на туризма установи наличие на нередности или неправомерности, изиска от Управителния съвет предприемане на мерки за отстраняването им.

(2) Ако при осъществяване на надзора се установи, че Националната туристическа организация действа в противоречие с разпоредбите на този закон, министърът на туризма може да разпорежи процедура по освобождаване от длъжност на изпълнителния директор, председателя и/или членовете на Управителния съвет на Националната туристическа организация.

(3) В случай, че надзорът установи неправомерно разходване на средства от Националната туристическа организация или че средствата не се използват целево в съответствие с работната програма или финансовия план, или работната програма и/или финансовия план не се изпълняват, министърът на туризма може да постанови временна забрана за разпореждане със средства на организацията до изпълнение на предписаните мерки за отстраняване на констатираните нередности. През този период необходимите текущи плащания се извършват с разрешение на министъра на туризма.

(4) Разпоредбите по този член се прилагат и за клонове и представителства на Националната туристическа организация в чужбина.

§ 17. В глава II след чл. 6 п се създава нов Раздел III Национален съвет по туризъм



§ 18. В глава II след чл. 8 се създава нов Раздел IV Експертни комисии

§ 19. В глава II след чл. 9 се създава нов Раздел V Областен управител

§ 20. В глава II след чл. 10 се създава нов Раздел VI Общински съвет

§ 21. В глава II след чл. 11 се създава нов Раздел VII Кмет

§ 22. В глава II след чл. 12 се създава нов Раздел VIII Общински консултативен съвет

§23. В глава II след чл. 13 се създава нов Раздел IX Общинска експертна комисия по категоризация

§24. Създава се нова Глава Va Представителства в чужбина

(1) Общото събрание на Националната туристическа организация създава представителства или клонове за един или повече чуждестранни пазари. За един чуждестранен пазар може да има повече от едно преставителство или клон.

(2) Представителството се управлява от директор, а клонът се ръководи от ръководител на клон. Трудовото правоотношение на директора на представителството и ръководителя на клона се прекратява по силата на закона с изтичането на срока на назначение или при условия, определени с Наредба на министъра на туризма.

(3) Решението за формата, седалището и начина на работа на представителствата и клоновете се взема от Управителния съвет на Националната туристическа организация.

(4) Представителството и клонът в чужбина изпълняват следните задачи:

1. Оперативно проучване на външния пазар, установяване и поддържане на бизнес отношения с пазарни партньори, за които отговарят представителството и клонът (туроператори, туристически агенции, превозвачи и др), свързани със стратегически проекти и други промоционални дейности в чужбина.

2. Оперативна подкрепа на Националната туристическа организация при изпълнение на дейности, определени от работната програма за текущата година (обща и съвместна реклама, стратегически проекти, изяви на панаири и презентации) на пазара, за който отговаря представителството или клона.

3. Изпълнение на промоционални и други дейности, които са възложени на представителството или клона от годишната работна програма.

4. Изпълнение на други задачи и дейности, решение за които се взема от Управителния съвет.

§ 25. Чл. 182 се изменя така:



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

За допуснато неизпълнение на разпоредбите на закона и нередности от служители или лицата, заемащи позиция в резултат на избор, се налага имуществена санкция в размер от 500 до 5 000 лева на отговорното лице или Националната туристическа организация.

§ 26. Чл. 182 става чл. 182а

www.eufunds.bg

Проект № BG05SFOP001-2.009-0150 „Повишаване участието на бизнеса и гражданското общество при формиране и мониторинг на политики и законодателство в сектор „Туризм“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд