



## Препоръки към държавната администрация

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 представим на вашето внимание следните **препоръки** към държавните институции.

Препоръките, които сме извели в качеството ни на консултанти по проекта, 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:

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 предложения 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.

**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 техния 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. Финансовият 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:

- 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 износьт, 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 подобряване 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 Организациите 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.