



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Министерство на туризма

УТВЪРДИЛ,

МИНИСТЪР:

НИКОЛИНА АНГЕЛКОВА

Заповед № Т.ПЗ-04-12.17.07-2018 г.

СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЛАН

на

Министерството на туризма за 2018 г.



София, 2018 г.

ГЛАВА ПЪРВА ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

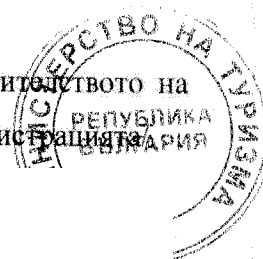
Този стратегически план има за задача да отрази основните цели и приоритети на Министерството на туризма /МТ/ за 2018 година, с оглед на спазване на приоритетите на изпълнителната власт в Република България в областта на туризма.

Визията на МТ произтича от отговорността на правителството на Република България да гарантира развитието на страната чрез провеждането на ключови реформи, укрепване на държавността и ангажиране с дългосрочни политики в областта на туризма. Министерството изпълнява заложените мерки от „Програмата за управление на Правителството на Република България за периода 2017-2021 г.“ в областта на туризма.

Стратегическият план е разработен въз основа на:

- Закона за туризма;
- Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014-2030 г. НСУРТРБ, приета с Решение на МС № 65 от 2 февруари 2018 г. и План за действие към нея за периода 2017-2020 г.,
- Програма за управление на Правителството на Република България за периода 2017-2021 г.
- Национална програма за развитие на България 2020 г.; (НПР БГ2020)
- Националната програма за реформи в изпълнение на Стратегия „Европа 2020;“
- Националната стратегия за регионално развитие 2012-2022;
- Програма за управление на Правителството на Република България за периода 2017-2021 г.
- Стратегията на ЕС за Дунавския регион (Дунавската стратегия);
- Закона за устройството на черноморското крайбрежие;
- Устройствения правилник на Министерството на туризма
- Национални и регионални стратегически планови документи;
- Тенденции на Световната туристическа организация до 2050 г.;
- Закона за финансовото управление и контрол в публичния сектор /обн. ДВ бр.21 от 10.03.2006 г., посл. изм., ДВ бр. 15 от 15.02.2013 г./;
- Други

Правителството на РБ е приело „Програма за управление на правителството на република България за периода 2017-2021 г.“ чл. 20 ал. 3 от Закона за администрацията



ГЛАВА ВТОРА

ЦЕЛИ НА МИНИСТЕРСТВОТО НА ТУРИЗМА

Основен приоритет на Министерството на туризма е утвърждаването на България като целогодишна туристическа дестинация от по-висок клас, която предлага комплексни възможности за практикуване не само на летен и зимен туризъм, но и на широк набор от специализирани видове целогодишен туризъм: културно-исторически; балнео и СПА; селски; алтернативен; винен; гурме туризъм.

Ребрандирането на страната като туристическа дестинация с изключително културноисторическо наследство и географски кръстопът на множество цивилизации с древна и уникална култура в съчетание с природо-антропогенните ресурси и богатството на минерални извори са предпоставки за развитие и предлагане на туристически продукт от висок клас. Така целим и постигането на още по-висок относителен дял от БВП и реализирани приходи, формирани от туристическата индустрия, създаване на работни места, и повишаване на жизнения стандарт на местните общности, за които туризмът има потенциал да допринесе за икономическия растеж в съответния регион.

През 2017 г. общият брой туристически посещения на чужденци в България е 8 882 747. техният брой е със 7,6% повече спрямо 2016 г. Ръст се наблюдава от почти всички водещи пазари, както и от редица перспективни за България пазари. Има достигнат ръст на приходите от туризъм +9.3% спрямо 2016 г.

От изключително значение е да оползотворим натрупаната инерция и да поддържаме конкурентоспособно ниво спрямо агресивната маркетингова политика на нашите преки конкуренти в сектора. Утвърждаването на рекордните резултати от 2016 и през 2017 г. и превръщането им в устойчива възходяща тенденция е дългосрочна стратегическа цел пред Министерството на туризма.

Приоритетите на правителството на РБ за периода 2017 – 2021 г. съгласно, програмата за управление на Правителството на Република България са:

ПРИОРИТЕТ 59: Утвърждаване на България като целогодишна туристическа дестинация с качествен туристически продукт, развиваща всички видове туризъм, и влизането ни в топ 5 на туристическите дестинации в Югоизточна Европа.

Цел 209: Стимулиране на устойчивото развитие на туризма и редуциране на регионалните диспропорции в развитието на сектора чрез популяризиране на културно-историческото наследство и туристическите атракции и развитие на специализираните видове туризъм.



Мярка 788: Продължаване на институционалното изграждане и укрепване на организациите за управление на туристическите райони на основата на приетата Концепция за туристическо райониране.

Мярка 789: Подобряване на условията за публично-частно партньорство за развитие и популяризиране на туристическата дестинация България.

Мярка 790: Създаване на съвременна правна регулация за статута и управлението на националните курорти.

Мярка 791: Създаване на ефективен модел за финансиране на социализацията на туристическите атракции - публична държавна собственост.

Цел 210: Подобряване качеството на националния туристически продукт и на туристическото обслужване и повишаване на защитата на потребителите.

Мярка 792: Въвеждане и поддръжка на единна информационна платформа за комуникация по защитени канали между вписаните в Националния туристически регистър лица и регистрите на НАП, МВР, общините и НСИ, на основата на приетите промени в Закона за туризма.

Мярка 793: Въвеждане на система за упражняване на ефикасен и ефективен контрол на качеството на предоставяните туристически услуги, както и върху дейността на субектите и обектите, вписани в Националния туристически регистър по Закона за туризма, чрез създаване на „Туристически инспекторат“ към Министерството на туризма с регионални структури в областите, където попадат националните курорти.

Мярка 794: Създаване на ефективен институционален модел (гаранционен фонд или други банкови и финансови механизми), гарантиращ спазването на потребителските права в сферата на туризма и туристическото обслужване.

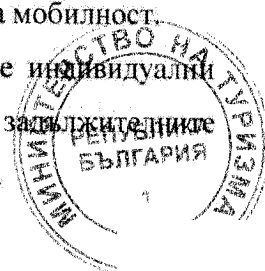
Мярка 795: Създаване на специализирано звено „Туристическа полиция“, което да действа на територията на националните курорти.

Мярка 796: Структуриране на квалификационен и преквалификационен център за кадрово обучение към Министерството на туризма.

Мярка 797: Улесняване на процедурите по наемане на кадри от трети страни на основата на приетите промени в Закона за трудовата миграция и трудовата мобилност.

Мярка 798: Групиране на морските плажове с оглед на техните индивидуални характеристики и намаляване цените на плажните принадлежности чрез задължителните критерии за комплексна оценка при отдаване на концесия на морски плаж.

Цел 211: Подобряване на бизнес средата в Сектор „Туризм“.



Мярка 799: Разработване и въвеждане на модели (финансови, фискални и други) за стимулиране на инвестициите в развитие на човешки ресурси и в модернизиране на материалната база съобразно принципите на устойчиво развитие.

Мярка 800: Редуциране на административната тежест чрез предоставяне на всички необходими документи от страна на администрацията по служебен път и въвеждане на принципа на мълчаливото съгласие.

Мярка 801: Разработване на правна рамка за функциониране на апартаментните комплекси, поставяща ги на реална конкурентна основа с останалите участници в туристическата индустрия.

Цел 212: Създаване на дългосрочна Национална стратегия за туризма и насърчаване развитието на всички видове туристически продукти, за които България има потенциал за устойчиво развитие.

Мярка 802: Съобразяване на стратегията с оценката за изпълнение на съществуващите и приключилите стратегически документи. Провеждане на обществено обсъждане на проекта на Стратегия за развитие на туризма и нейното приемане от МС.

Мярка 803: Устойчивост на политиката по ребрандиране на страната като туристическа дестинация от по-висок клас, предлагаща висококачествени възможности за практикуване на целогодишен културно-исторически и СПА туризъм.

Мярка 804: Разработване на стратегически документи за развитие на специализирани форми на туризъм.

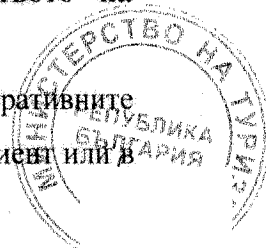
Мярка 805: По-ефективно използване потенциала на Европейските структурни фондове за въвеждане на конкретни мерки за активна промоция на специализирани туристически продукти.

Мярка 806: Увеличаване дела на специализираните видове туризъм чрез фокусирана реклама на целевите пазари.

Мярка 807: Разработване на специализирани продуктови анализи за целите на националния маркетинг.

Цел 213: Позициониране на България като туристическа дестинация в по-висок клас на световния туристически пазар във връзка с качеството на предлагания туристически продукт и добавена стойност.

Мярка 808: Разработване, изпълнение и мониторинг по проекти към оперативните програми, изпълнявани от Министерството на туризма като конкретен бенефициент или в партньорство към други донори.



Мярка 809: Продължение и задълбочаване на стратегическото партньорство с водещите международни туроператори за гарантиране устойчивост на ръстовете на туристопотока.

Мярка 810: Комплексен набор от засилена маркетингова активност по отношение на традиционните цели, генериращи и перспективни пазари, с фокус върху дигиталния маркетинг и реклама.

Мярка 811: Привличане на стратегически инвеститори в сферата на туризма, които да допринесат за възходящото развитие имиджа на страната като туристическа дестинация.

Мярка 812: Разработка на съвместни туристически продукти и промотирането им на далечните перспективни пазари.

Мярка 813: Още по-активно и задълбочено международно сътрудничество по линия на Световната организация по туризъм към ООН и институциите на ЕС.

Цел 214: Увеличаване дела на вътрешния пазар чрез предлагане на специализирани форми на туризъм и комбиниран туризъм, популяризиране на слабопознати обекти и маршрути.

Мярка 814: Промоция на туристическите региони в страната чрез съвместно разработване на комуникационна политика за представяне на международния и вътрешния пазар.

Мярка 815: Ускорена социализация на културно-исторически обекти и туристически атракции - публична държавна собственост.

Мярка 816: Постигане необходимата степен на реална представителност на туристическите организации за оптимизиране работата с браншовите и неправителствените организации от сектора.

Мисия

Министерство на туризма (МТ) ориентира дейността си към изпълнение на общия програмен приоритет на правителството на България за постигане устойчиво развитие на туризма. Мисията на Министерството на туризма е да води ясна и прозрачна туристическа политика, която защитава държавния и обществен интерес и е основана на европейските принципи. МТ ще работи за развитие на диверсифициран туристически продукт, за установяване на България в добре позната и предпочитана целогодишна туристическа дестинация с ясно разпознаваема национална идентичност и съхранена



култура и природа, заемаща водещо място сред петте топ дестинации в Централна и Източна Европа, за активизиране развитието на специализираните видове туризъм и повишаване на неговото качество и конкурентоспособност.

Политиката на министерството е „Устойчиво развитие на туризма“, която включва осигуряване на облекчен достъп и оптимизирана система за привличане на чуждестранни туристи на територията на България и превръщане на културноисторическото наследство в част от инфраструктурата на туризма.

В бюджета за 2018 г. в програмен формат на Министерството на туризма са заложили следните Стратегически и оперативни цели

Стратегическа цел: „Утвърждаване конкурентоспособността и ефективността на туристическия сектор на България посредством оптимално използване на наличните природни и антропогенни ресурси в съответствие с пазарните изисквания и потребителските очаквания за устойчиво развитие на туризма”

Оперативна цел: „Утвърждаване на туризма, като ключов за икономиката отрасъл”

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.

Изпълнението на стратегическите и оперативните цели за 2018 г. се осъществява на база заложените цели за 2018 г. в плана за действие за периода 2017-2020 г. към актуализираната национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в република България, 2014-2030 г. както следва:

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 1. СЪЗДАВАНЕ НА БЛАГОПРИЯТНА ОКОЛНА И БИЗНЕС СРЕДА ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ

Оперативна цел 1. Усъвършенстване на нормативната рамка и политиките за подобряване на околната и бизнес средата в туристическия сектор Устойчивото развитие на дестинацията изисква силно и ефективно управление, създаване на адекватна нормативна рамка и благоприятни условия за развитие на бизнеса, като се отчитат нуждите на следващите поколения. С оглед на това Подцел 1 адресира няколко проблемни области: първо, институционален капацитет за управление на туристическия сектор и нормативна и поднормативна уредба в туризма; второ, национална политика за

управление на качеството на туристическия продукт и устойчивото развитие на туристическите предприятия; трето, съхранение и защита на околната среда, в т.ч. природа и биоразнообразие, замърсявания, управление на ресурсите – вода, енергия и отпадъци, адаптационни процеси, свързани с измененията на климата; четвърто, осигуряване на качествени кадри за развитието на туризма, пето, бизнес среда – сив сектор, данъчна политика, финансиране на МСП, инвестиции в туризма, инфраструктура; шесто – информационната осигуреност на дестинацията, като предпоставка за информирани управленски решения.

За постигането на тази оперативна цел са предвидени следните мерки за 2018 г.:

1.1.1. Развитие на институционалния капацитет

1.1.2. Развитие на нормативната уредба и политиките в областта на туризма

1.1.2.1. Актуализация на ЗТ, ЗУЧК и друга свързана нормативна база, в т.ч.:

2018 г.

- Регламентиране на предложените в този План институционални промени
- Систематизиране и допълнение на функциите и задачите на органите за управление на туризма
- Конкретизиране на правната уредба в областта на управлението на туристическите райони
- Въвеждане на нов подход при регламентирането на туристическите сдружения
- Правна уредба на националните курорти
- Оптимизиране на реда и условията за категоризиране на места за настаняване и заведения за хранене
- Прецизиране на уредбата при сертифицирането на балнеолечебни (Медикълспа), СПА, уелнес и таласотерапевтични центрове
- Въвеждане на детайлни правила за вписване на ски училищата
- Прецизиране на правилата за ски пистите и ски зоните
- Прецизиране на организацията на ползването и туристическото обслужване на плажовете
- Законова делегация за създаване на правила за безопасност при ползване на басейни и водни атракционни
- Прецизиране на органите за контрол и техните правомощия
- Прецизиране на нормативната уредба във връзка с упражняването на професии в



туристическата индустрия и признаването на „правоспособност“ за екскурзоводи, планински водачи и ски учители

- Подобряването на условията за туризъм с кемпери и каравани: въвеждане на регистрация на къмпингите; уреждане на възможностите за спиране и отсядане на каравани и кемпери; въвеждане на означения

- Синхронизация с други нормативни актове

1.1.2.2. Усъвършенстване на методиката за отдаване под наем на морски плажове – 2018 г.

1.1.3. Подобряване на качеството на туристическия продукт

1.1.4. Насърчаване на опазването на околната среда, ефективното управление на ресурсите и прилагането на мерки за адаптация към климатичните промени

1.1.5. Насърчаване на развитието на инфраструктурата

1.1.6. Подобряване на достъпността на дестинацията

1.1.7. Подобряване на условията за сигурност и безопасност на туристите в България

1.1.8. Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор

1.1.9. Насърчаване на инвестициите в туризма и осигуряване на достъп до финансиране

1.1.9.5. Организиране на съвместни форуми с отговорните институции (МРРБ, МОСВ, МИ, БАИ) за популяризиране на България като дестинация за привличане на инвестиции в областта на туризма – 2018 г.

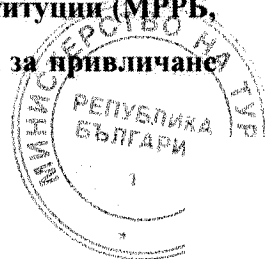
1.1.10. Насърчаване на иновациите в туризма

1.1.11. Намаляване на сивата икономика в сектора

1.1.11.1 Цялостно въвеждане в действие на ЕСТИ и развитие на системата според потребностите на дестинацията и бизнеса – 2018 г.

1.1.12. Подобряване на информационното осигуряване на дестинацията и туристическата индустрия

Оперативна цел 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. Подобрената бизнес среда и грижата за околна среда са важни предпоставки за развитие на дестинацията. Туризмът обаче е хоризонтален сектор и зависи в голяма степен от съвместната работа на заинтересованите страни. С оглед на това Подцел 2 адресира



проблеми, свързани с междуинституционалното взаимодействие, с функционирането на НСТ и Междуведомствения съвет за кадрите в туризма, както и със сътрудничеството между държавната администрация, от една страна, и туристическите сдружения и бизнеса, от друга. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

1.2.1. Повишаване на ефективността на функциониране на Националния съвет по туризъм (НСТ)

1.2.1.3 Провеждане на изнесени заседания на НСТ – 2018 г.

1.2.2.2 Провеждане на изнесени заседания на Междуведомствения съвет за кадрите в туризма по месеци 2018 г.

1.2.2. Повишаване на ефективността на функциониране на Междуведомствения съвет за кадрите в туризма

1.2.3. Повишаване на ефективността на взаимодействието на областно и общинско ниво

Оперативна цел 3. Подобряване на взаимоотношенията на международно ниво.

В световен мащаб съществуват множество организации със значително влияние върху развитието на туризма – UNWTO, ЕТК, ОЧИС, ОИСП и други. От гледна точка на тяхната роля в глобален план за популяризацията на българския туризъм и подобряване на имиджа на България като туристическа дестинация е важно страната да развива взаимоотношенията с тези организации както чрез собствени инициативи, така и чрез активно участие в техните инициативи и информационни канали. Върху насърчаването на тези взаимодействия е фокусирана и Подцел 3. За постигането на тази подцел е предвидена една мярка:

1.3.1. Развитие на партньорства с международни организации

1.3.1.1. Инициране и участие в инициативи на Световната туристическа организация (UNWTO) в полза на българския туризъм - 2018 г.

1.3.1.2. Развитие на партньорство със Световния съвет за пътувания и туризъм (WTTC) 2018 г.

1.3.1.3. Инициране и участие в инициативите на Европейската туристическа комисия (ЕТС) за маркетинг на българския туризъм – 2018 г.

1.3.1.4 Инициране и участие в инициативи на Организацията за черноморско икономическо сътрудничество (ОЧИС) – 2018 г.



1.3.1.5. Инициране и участие в инициативи на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (OECD) – 2018 г.

1.3.1.6. Развитие на партньорства на основа договорни отношения с държавните органи за управление на туризма; учредяване на двустранни работни групи по туризъм – 2018 г.

1.3.1.7. Сътрудничество на МТ с Дипломатическия корпус, акредитиран на територията на България- 2018 г.

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 2. РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБЕН ТУРИСТИЧЕСКИ СЕКТОР

Оперативна цел 1. Подобряване на фирмените ресурси за повишаване на конкурентоспособността на туристическата индустрия. Осигуряването на стабилно управление и благоприятна околна и бизнес среда е важно условие за развитие на конкурентоспособна туристическа индустрия.

В България обаче са налице и множество дефицити на фирмено ниво, които следва да бъдат преодолявани чрез подходящи меки мерки. С оглед на това Подцел 1 е фокусирана върху решаване на проблеми, свързани със стратегическото планиране във фирмите от сектора (в т.ч. организационноуправленски и маркетингови стратегии, стратегии за развитие на човешките ресурси, стратегии за оптимизация на процесите и други); с информираността за нуждата и ползите от сертификацията за качество или устойчиво развитие; с недостатъчната подкрепа за стартиращи предприятия, както и с дефицитите на знания и компетентности в ключови области като маркетинг, ПР, комуникации, иновации и други. От ключово значение е осигуряването на методологическа подкрепа за правилно развитие на предприятията в туризма по примера на водещи дестинации.

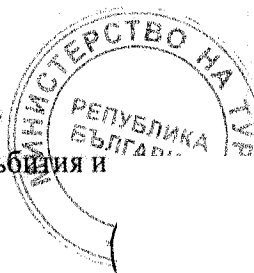
За постигането на тази оперативна цел са предвидени следните мерки:

2.1.1. Насърчаване на въвеждането и сертификацията на системи за управление на качеството

2.1.2. Подобряване на информационната осигуреност на бизнеса

2.1.3. Подобряване на индивидуалното фирмено представяне и реклама

2.1.4. Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в международни събития и изложения



Оперативна цел 2. Подобряване на сътрудничеството между фирмите в туристическия сектор. Една от най-важните предпоставки за намаляването на сезонността на българския туризъм и заетостта в туризма е подобряването на сътрудничеството между фирмите в сектора и развитие на съвместни, допълващи се дейности. За постигането на тази подцел е предвидена една мярка:

2.2.1. Насърчаване на партньорствата и сдружаването между фирмите в туристическия сектор

2.2.1.1 Организация на срещи за обмен на опит и добри практики с международни организации и партньори – 2018 г.

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 3. УСПЕШНО ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА БЪЛГАРИЯ НА СВЕТОВНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР

Оперативна цел 1. Подобряване на управлението на маркетинга на дестинацията. Успешното позициониране на България на международния туристически пазар зависи изключително от маркетинговата политика на дестинацията. Анализите обаче показват, че страната има блед имидж, без особени отличителни характеристики. Подобно възприятие е сигнал за недостатъчно високата ефективност на националния туристически маркетинг. С оглед на това Оперативна цел 1 адресира няколко ключови проблемни области, свързани с управлението на маркетинга на дестинацията: първо, липсата на основни маркетингови документи, които да синхронизират действията на заинтересованите страни; второ – непълноценното функциониране на туристическите информационни центрове в ролята им на място за пряк контакт с посетителите; и трето – липсата на регулярен мониторинг и оценка на резултатите от маркетинговите дейности, който да служи като основа за коригиращи действия и планиране на следващи стъпки. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

3.1.1. Разработка и усъвършенстване на стратегически маркетингови документи

3.1.1.1 Изработка и приемане на маркетингова стратегия на дестинация България и план за действие към стратегията – 2018 г.

3.1.1.2 Актуализация и приемане на стратегия за развитие и управление на националния туристически бранд България; разработени продуктови брандове (доминиращи и приоритетни продукти) и брандове на туристическите райони; изработка на национален бранд бук (наръчник за използване на бранда), включващ трите категории брандове - национален, продуктови и районни – 2018 г.

3.1.2. Подобряване на функционирането на ТИЦ в страната и в чужбина

3.1.2.1 Свързване на сертифицираните ТИЦ в мрежа (интегрирана информационно-комуникационна система) – 2018 г.

3.1.3. Провеждане на проучвания за оценка на резултатите от маркетинга на дестинацията

Оперативна цел 2. Развитие на туристическите продукти за подобряване на преживяването на туристите в дестинацията. Основен елемент от маркетинга на всяка дестинация е продуктовото ѝ портфолио. В България доминират два продукта – морски ваканционен и зимен ски туризъм, които привличат значителен дял от всички посещения/пътувания. В последните години страната прави опити да се позиционира на международния туристически пазар и с два приоритетни продукта – културен и здравен (балнео, уелнес и спа) туризъм. България има ресурси да развива и набор от други продукти с потенциал – еко, селски и приключенски туризъм, градски развлекателен, спортен и делови туризъм. Поради липсата на някои стратегически документи, както и поради дефицитите в управлението на атракциите, продуктовата оферта на страната е в известна степен хаотична, а акцентът е поставен по-скоро върху наличието на ресурси, вместо върху възможностите на ресурсите да осигурят запомнящо се туристическо преживяване.

С оглед на актуалното състояние Оперативна цел 2 се фокусира върху решаване на проблемите, свързани с управлението на атракциите и осигуряването на качествено туристическо преживяване. Чрез тази подцел е поставена и основата на предстоящите за разработка продуктови стратегии на дестинацията. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

3.2.1. Развитие на туристическите атракции в България

3.2.2. Усъвършенстване на доминиращите и приоритетните туристически продукти

3.2.2.1 Развитие на доминиращ продукт морски туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията

- Дейностите следва да бъдат разработени в продуктовите стратегии – 2018 г.

3.2.2.4 Развитие на приоритетен продукт здравен туризъм (разбиран като събирателно понятие за балнеологичен туризъм, спа, балнео и wellbeing туризъм и медицински туризъм) с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията

- Дейностите следва да бъдат разработени в продуктите стратегии 2018 г.

Оперативна цел 3. Ценово препозициониране на дестинацията България се възприема на международния туристически пазар, както и от самите българи, като евтина дестинация. Населени места и курорти в страната оглавяват класации за най-нискобюджетните туристически места в Европа. Поддържането на ниски цени обаче ограничава развитието на туристическата индустрия, в която почти не остават средства за инвестиции в технологии, иновации и обучения. Привличането на платежоспособни туристи е заложено като цел във всички национални стратегии за развитие на туризма досега, но без особен резултат. С оглед това в Оперативна цел 3 са предвидени мерки, които да поставят основата за препозициониране на дестинацията в бъдеще, както следва:

3.3.1. Привличане на платежоспособни групи туристи

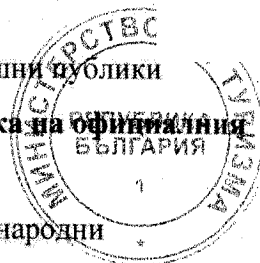
Оперативна цел 4. Подобряване на промотирането на дестинацията. Промотирането на дестинацията, в съответствие с очертаните цели, приоритети и продуктово портфолио, е ключова предпоставка за успешното ѝ позициониране на туристическия пазар. В последните години са реализирани няколко комуникационни кампании с различна степен на ефективност, чиято основна цел е насърчаване на посещенията на чужденци и пътуванията на българите в страната. Оценка показват, че рекламата на страната не е достатъчно различима и конкретна (представена чрез уникални продукти или ресурси), а комуникацията с потенциалните туристи се осъществява най-вече през традиционни канали, в противоречие със съвременните тенденции. Онлайн представянето на страната е крайно подценено – туристическият портал е неактуален и остарял като дизайн, липсва фейсбук страница на дестинацията (понастоящем такава роля изпълнява страницата на МТ), няма официален профил и в Instagram. Липсва синхрон между промотирането на национално и по-ниско ниво, включително по отношение на лого и слоган на дестинацията. За преодоляване на тези дефицити са предвидени следните мерки:

3.4.1. Подобряване на представянето на дестинацията пред външни публики

3.4.1.1 Редизайн, актуализация на съдържанието и поддръжка на официалния туристически портал и профилите в социалните мрежи – 2018 г.

3.4.2. Подобряване на представянето на дестинацията на международни туристически изложения и борси

3.4.2.1 Редизайн на щандовете на България в съответствие с националната бранд стратегия и бранд стратегиите на туристическите райони – 2018 г.



3.4.3. Осъществяване на национални и международни рекламни информационни кампании

3.4.3.1. Планиране и осъществяване на рекламни-информационни кампании за привличане на туристи, насочени към външни пазари (вкл. към пазари, които генерират посещения целогодишно) – 2018 г.

3.4.3.2. Планиране и осъществяване на рекламни-информационни кампании за стимулиране на пътуванията на българите в страната – 2018 г.

3.4.4. Синхронизиране на комуникационните и рекламните дейности на всички заинтересовани страни

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 4. БАЛАНСИРАНО РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ РАЙОНИ

Оперативна цел 1. Създаване на условия за устойчиво развитие на туристическите райони. Балансираното развитие на туристическите райони е важно както от икономическа, така и от социална и екологична гледна точка. Ключова роля за това развитие имат организациите за управление на туристическите райони, които следва да реализират туристическите политики на по-ниско (районно) ниво. Към момента обаче е създадена само една ОУТР и една е в процес на създаване. С оглед на това Оперативна цел 1 се фокусира върху насърчаването на формирането на ОУТР на територията на всеки от оставащите седем района и осигуряване на методологическа и информационна подкрепа за функционирането и устойчивото им развитие и финансиране. Поставен е и акцент върху интеграцията на районите в цялостното маркетингово на дестинацията. За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

4.1.1. Насърчаване на създаването на ОУТР и разширяване на членската им маса

4.1.2. Подготовка за изграждане и функциониране на ОУТР

4.1.3. Стратегическа и информационна подкрепа за развитието на ОУТР

4.1.4. Популяризация на туристическите райони на национално и международно ниво;

Оперативна цел 2. Развитие на туристическите райони. Балансираното развитие на районите изисква всеки от тях да се развива, налагайки собствено уникално предложение за продажба (или собствена марка), която от една страна му осигурява конкурентно предимство, така че да привлича достатъчно потребители, а от друга – го прави елемент от цялостната туристическа оферта на дестинация България. С оглед на това Оперативна цел

2 включва мерки за развитие и позициониране на всеки район, на база на които следва да бъдат разработени и стратегиите за развитие на районите.

За постигането на тази подцел са предвидени следните мерки:

4.2.1. 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

4.2.2. 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

4.2.3. Развитие и позициониране на район Долината на розите като дестинация със собствена марка „Долината на здравето, розите и тракийските царе“ за здравен и културнофестивален туризъм на основата на балнеолечебните курорти, розовите градини, тракийската и възрожденската култура на района

4.2.4. 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 институционна среда, планинската природа и балнеоресурсите в района

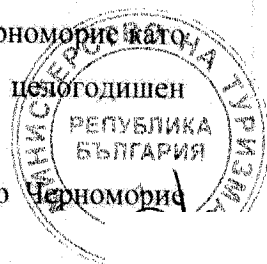
4.2.5. Развитие и позициониране на Район Тракия като дестинация със собствена марка за културен и винен туризъм на основата на културноисторическите ресурси и винопроизводството

4.2.6. 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

4.2.7. 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

4.2.8. Развитие и позициониране на туристически район Бургаско Черноморие като дестинация със собствена марка за морски рекреативен туризъм и цялостен културнопознавателен туризъм

4.2.9. Развитие и позициониране на туристически район Варненско Черноморие



като дестинация със собствена марка за морски рекреативен туризъм, целогодишен здравен, културнопознавателен и делови туризъм

Оперативна цел 3. Насърчаване на сътрудничеството между заинтересованите страни за балансирано развитие на туристическите райони.

Изключително важна предпоставка за развитието на туристическите райони е активното сътрудничество между областните управи и общините, сдруженията, ТИЦ, образователните институции и бизнеса. Това ще заздравя местните общности, ще осигури устойчивост в развитието на ОУТР, ще породи здравословна конкуренция между районите, ще повиши качеството на туристическия продукт, заради синергията между всичките му елементи. С оглед на това Оперативна цел 3 предвижда мерки за насърчаване на разнообразни форми на партньорства и сътрудничество за целите на балансираното развитие на туристическите райони.

За постигането на тази Оперативна цел са предвидени следните мерки:

4.3.1. Насърчаване на взаимодействието с ТИЦ

4.3.2. Насърчаване на взаимодействието с местния бизнес и организации на бизнеса

4.3.3. Насърчаване на взаимодействието с регионалната и местната власт

4.3.4. Насърчаване на взаимодействието с образователните институции



ГЛАВА ТРЕТА

УПРАВЛЕНИЕ И КОНТРОЛ НА РИСКОВЕТЕ

С акт на министъра на туризма е утвърдена Стратегия за управление на риска в МТ, която е изготвена в изпълнение на изискванията на Закона за финансовото управление и контрол в публичния сектор (ЗФУКПС) и въз основа на други нормативни актове на НС и МС на Република България, актове на министъра на финансите и вътрешни актове на министъра на туризма.

Системата за управление на риска подпомага ръководството на министерството и ръководителите на подчинените му структури да идентифицират, оценяват, контролират и управляват рисковете, застрашаващи постигането на целите пред МТ.

Стратегията за управление на риска има за основна цел да въведе стандартизиран подход за управление на риска в Министерството на туризма, който позволява навременно

предприемане на адекватни действия спрямо идентифицирани рискове, застрашаващи постигането на целите на организацията.

Оперативните цели на Стратегията за управление на риска в Министерството на туризма и социалната политика са:

- изграждане и развитие на подходяща контролна среда за управление на риска в МТ;
- идентифициране, оценка и управление на рисковете, застрашаващи постигането на целите на МТ;
- въвеждане на контролни дейности, включващи писмени политики и процедури, даващи увереност, че рисковете са ограничени в допустимите граници, определени в процеса на управление на риска;
- изграждане и прилагане на добри информационни и комуникационни системи, които осигуряват идентифициране, събиране и разпространяване в подходяща форма и срокове надеждна и достоверна информация за процеса по управление на риска;
- изграждане на система за мониторинг на процеса по управление на риска цел да се оцени адекватното му функциониране и да се гарантира навременното му актуализиране при промени в условията.

Стратегията определя етапите, през които преминава процесът по управление на риска, използвания подход, основните изисквания към процеса и отговорните лица (структури).

Управлението на риска се разглежда като процес по идентифициране, оценяване и мониторинг на рисковете и определените рискови области, които могат да повлияят върху постигане целите на организацията и въвеждането на необходимите контролни дейности с цел ограничаване на рисковете до едно приемливо равнище. Това изисква в управлението на риска да бъдат включени всички процеси: управленски, основни и спомагателни, свързани с функционирането на МТ като системен организъм, от който зависи осъществяването на определените със закон функции на министъра на туризма.

Ръководителите на организацията носят отговорност за цялостния процес по идентифицирането, оценката и управлението на рисковете, застрашаващи постигането на целите на организацията.



ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

МОНИТОРИНГ

Стратегическият план подлежи на преглед, анализ и оценка от ръководството на МТ съобразно измененията в нормативната уредба, вътрешните актове на министерството, развитието на дейността, анализа и основните изводи от годишните отчети.

Стратегическият план може да се актуализира, изменя и допълва и при съществени изменения в нормативната уредба и вътрешните актове, които уреждат дейността на Министерството на туризма.

