



Стопански  
факултет

# Социално- икономически анализи

Книга 1/2016 (9)

Диан Неделчев

## ЕФЕКТИВНОСТ НА ИНСТРУМЕНТИТЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ПОЛИТИКА ЗА ИКОНОМИЧЕСКИ ВЪЗДЕЙСТВИЯ ВЪРХУ ТУРИЗМА НА Р БЪЛГАРИЯ

### EFFICIENCY OF THE TOOLS OF THE TOURISM POLICY FOR ECONOMIC IMPACTS ON THE TOURISM OF BULGARIA

**Abstract:** The efficiency of the impacts of each tool of the tourism policy is a prerequisite for realization of its strategic objectives. This requires selecting and using of those tools to influence who most closely match those goals.

**Keywords:** assessment, economic impacts, tourism policy

#### Въведение

Ефективността от въздействията на всеки от инструментите на туристическата политика е необходимо условие за реализиране на нейните стратегически цели. Това налага да се подбират и използват такива средства за въздействие, които в най-голяма степен съответстват на тези цели. Поради тази причина, **целта**, която си поставяме е: *да се оцени ефективността на инструментите на националната туристическа политика на Р България при реализирането на икономически въздействия върху туристическата индустрия*. Нейното постигане се осъществява чрез изпълнението на следните **изследователски задачи**:

- анализ на целокупния арсенал от икономически, правни и специфични инструменти, присъщи на туристическата политика;
- синтез на резултатите от анкетно проучване сред експерти в туризма по въпроси, свързани с прилагането на средствата на туристическата политика в Р България;<sup>1</sup>
- оценка на ефективността от използването на инструментите за икономически въздействия от туристическата политика.

#### I.

Бюджетните разходи и данъците, в качеството им на общи икономически инструменти, се използват<sup>2</sup> в пълна степен и за въздействия върху туризма. Чрез тях се регулира (стимулира или

<sup>1</sup> Периодът на провеждане на анкетното проучване е между 04.03.2015 и 17.03.2015 г. Потенциалните респонденти (общо 349 бр.) са групирани условно в две категории: публични и частни. Към първата група спадат 1 министерство, 28 областни и 265 общински структури – общо 294 бр. Втората група асоциира 6 браншови камари/съвети по туризъм, 6 професионални съюза, 10 продуктови сдружения, 10 регионални и 113 местни сдружения – общо 145 бр. Подбраните респонденти за планираната извадка са 120 бр. – по 60 бр., избрани на случаен принцип, от всяка от двете категории. Видът на извадката е сложна случайна (вероятностна) непропорционална стратифицирана. Обемът ѝ определя равностоен брой представители от двете групи. Отзовалите се респонденти са 27 доброволци, което прави малко над 6% от планираната популация.

<sup>2</sup> Димов, Ив., Д. Златева, Е. Димов. Обща икономическа теория III – Макроикономика. Седмо издание. – София, 2009, с. 201 – 209.

ограничава) активността на туристическата дейност и постигането на очакваните от нея икономически резултати.

**Бюджетните разходи** са призвани да подпомагат и осигуряват:

- националната туристическа реклама и поддържането на туристически представителства в други държави;
- обучението на кадри за нуждите на туристическия бизнес;
- достъпа до публични услуги от общ характер за туристическия бизнес, потребителите на туристически продукти и обществото като цяло;
- изграждането и поддържането на общата и специфичната туристическа инфраструктура;
- процеса на социализиране на туристическите ресурси;
- подпомагането на социалния туризъм;
- сигурността на гражданите, опазването на обществения ред и ограничаването на античужденските явления.

През последните 7 години, във връзка с осигуряването на политиката за устойчиво развитие на туризма чрез програма „Развитие на националната туристическа реклама“, се отделят средно по 4 млн. лева от държавния бюджет. Това са 0,4 % от приходите от туризъм в БВП на България (вж. таблица 1). За 2015 г. за национална туристическа реклама от бюджетните средства се използват малко над 2.5 млн. евро. За сравнение в Гърция те са 11.5 млн., а в Турция – 130 млн. евро.<sup>3</sup> Допълнителни разходи за реклама се правят и по проекти на ОП „Регионално развитие“.

**Таблица 1.** Бюджетни средства за политика в областта на устойчивото развитие на туризма и абсолютна стойност на БВП от туризъм

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Средства за туризъм и национална реклама, хил. лв. (% дял в БВП)	6000 (0.6)	4087 (0.4)	17131* (1.7)	18892* (1.8)	17548* (1.7)	17980* (1.7)	4034 (0.4)	8765 (0.7)
БВП от туризъм, млн. лв	10752	10172	9938	10401	10239	10671	11483	12326**

\* – сумата включва политика за ефективно външноикономическо сътрудничество;

\*\* – данните са прогнозни.

**Източник:** съставена от автора по данни от закона за държавния бюджет на Република България за посочените години и Световния съвет за пътувания и туризъм (ССПТ).<sup>4</sup>

Според представители на туристическия бизнес в България активното участие на международните туристически пазари чрез национална туристическа реклама допринася за повишаване постъпленията от международен туризъм, което от своя страна води до подобряване на икономическата активност в страната. Използването на бюджетните инструменти за стимулиране на туристическото развитие повишава ефекта от въздействията на политиката. Предвидените 0,46% средства повече за 2015 г., спрямо обичайните нива за финансиране на политиката в областта на устойчивото развитие на туризма, очертават тенденция на положителни изменения в размер на 7% на БВП в сектора спрямо 2014 г.

<sup>3</sup> **Танева, Я.** Чехия отделя 5 пъти повече за реклама на туризма си от нас. // [Bulgariautre.bg](http://Bulgariautre.bg), 16 февруари 2015. <[http://www.bulgaria.utre.bg/2015/02/16/301132-chehia\\_otdelya\\_5\\_puti\\_poveche\\_za\\_reklama\\_na\\_turizma\\_si\\_ot\\_nas](http://www.bulgaria.utre.bg/2015/02/16/301132-chehia_otdelya_5_puti_poveche_za_reklama_na_turizma_si_ot_nas)> (07.03.2015)

<sup>4</sup> Министерство на финансите. // <<http://www.minfin.bg/bg>> и World Travel & Tourism Council. // <<http://www.wttc.org/>> (07.03.2015)

Дирекция „Международно сътрудничество и инвестиции в областта на туризма“ към Министерството на туризма (МТ) предвижда разкриване на туристически представителства зад граница за подобряване на връзките между потенциалните чужди туристи и дестинация „България“.<sup>5</sup> Те ще се финансират със средства от държавния бюджет за развитие на туризма. Националната туристическа реклама, международните представителства, социалният туризъм и валоризацията на туристическите ресурси се подпомагат от бюджетни инструменти чрез МТ. За останалите основни направления непряко свързани с туризма, се извършва въздействие чрез други ведомства на държавната власт.



Фигура 1. Оценка на ефективността на бюджетните инструменти<sup>6</sup>

## II.

Анкетираният експерт в туризма оценява ефективността на бюджетните инструменти на туристическата политика за въздействие без особена крайност – 56% считат, че ефективността е висока, а 37% – ниска (вж. фигура 1).

**Данъчните инструменти** се използват за постигане на определени икономически цели и въздействия върху активността на стопанските субекти в туризма. Чрез тях туристическото развитие се регулира повишаване на конкурентоспособността на туристическите предприятия и дестинацията като цяло. Данъците са основен държавен инструмент за акумулиране на постъпления в държавния или местния бюджет. В зависимост от това кой понася данъчната тежест, те се определят като: преки и косвени.<sup>7</sup> Преките (имуществени, доходни, корпоративен и др.) се характеризират с въздействията си предимно върху стопанските субекти, а косвените (акцизите, ДДС) освен тях засягат и потребителите.<sup>8</sup> Специфичен местен косвен данък по отношение на туристическото потребление е туристическият, с който се облагат приходите от ношувки.<sup>9</sup>

Основните данъчни инструменти, които приоритетно се отразяват върху развитието на туризма в България, са ДДС (на национално) и туристическият данък (на местно ниво). Редуцираната данъчна ставка на първия е 9% за туристически продукти, включващи ношувка, а размерът на втория се определя от общинския съвет, като в абсолютни стойности той е в границите от 0,20 до 3,00 лв. Чрез този данък местното самоуправление стимулира или ограничава туристическото потребление в границите на общината, отчитайки категорията на местата за настаняване.

Освен разгледаните данъци косвени икономически въздействия оказват и такива, свързани с транспортните услуги, храните и напитките, допълнителните туристически услуги и др.<sup>10</sup> Съществена роля на регулатори за развитието на туристическата индустрия играят държавните и местните такси свързани с: регистрация и лицензиране на туристически дейности, категоризация на туристически обекти, стандартизацията, сертификацията и др.

<sup>5</sup> <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/ministur-angelkova-predstavi-pred-bransha-proekta-za-ustroystven-pravilnik-na> (07.03.2015)

<sup>6</sup> Фигурата е съставена от автора.

<sup>7</sup> Димов, Ив., Д. Златева, Е. Димов. (2009) Цит. изт., с. 212–218.

<sup>8</sup> Министерство на финансите. <<http://www.minfin.bg/bg/page/774>> (07.03.2015)

<sup>9</sup> Министерство на финансите – туристически данък. // <<http://www.minfin.bg/bg/page/781>> (07.03.2015)

<sup>10</sup> Нешков, М., В. Казанджиева. Макрорегулиране на туристическия бизнес. Варна, 2013, с. 157 – 160.

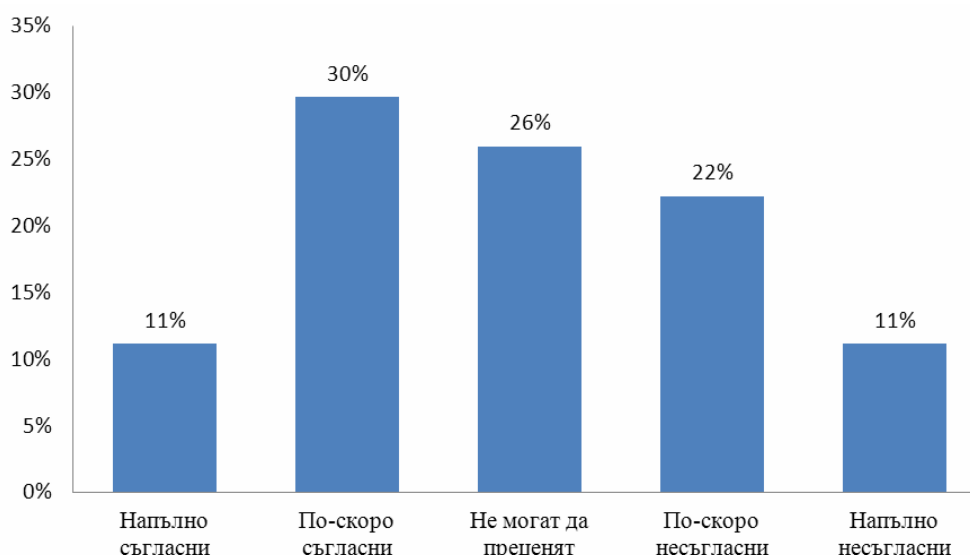
Чрез данъците от туризма се акумулират приходи в държавния и общинския бюджет, които се разходват за подпомагане развитието на сектора чрез изграждане на инфраструктура, опазване на туристическите ресурси, гарантиране на обществения ред, пожарната безопасност и др. Данъчните преференции подобряват конкурентоспособността на туризма в България спрямо другите държави, като облекчават данъчното бреме на туристическия бизнес и стимулират търсенето на туристически продукт.

Резултатите от употребата на данъчните инструменти се оценяват високо от анкетирания експерти в областта на туризма – 70%, а почти 26% от тях дават ниска оценка на ефективността им.

По отношение на ДДС в туризма сравнително висок е делът на анкетирания (81%), които са определили редуцирането на ставката на данъка в полза на повишаване приходите на туристическите предприятия, предлагащи нощувка. Съществена част от анкетирания (41%) смятат, че по-ниската ставка на ДДС за настаняване редуцира общите приходи от косвени данъци за държавата. Същевременно според 52% от тях тя понижава и цените на нощувките. Икономическите въздействия на разглежданите политически инструменти, по мнение на 78% от експертите, съдействат за превръщането на туризма в приоритетен сектор от икономиката. ДДС ставката повишава приходите на местата за настаняване от предлаганите допълнителни услуги според 67% от анкетирания, докато 63% от тях определят повишаване на търсенето на туристически продукти като ефект от редуциране на ставката на ДДС.

Намаляването на ставката на ДДС за приходите от нощувки стимулира all-inclusive туризма според 41%, но значителен е и делът на несъгласните – 33% от анкетирания (вж. фигура 2). Друг ефект от въведената мярка не е посочен от анкетирания. В заключение може да се обобщи, че с използваните възможности на разглеждания инструмент се постига положителен ефект за туристическите предприятия, предлагащи настаняване. За държавата намаляването на приходите от косвени данъци се компенсира чрез ограничаването на дела на сивия сектор в предлагането на услуги по настаняване на туристите, тъй като при по-високи обороти от тях е логично да се увеличават и приходите от ДДС, реализирани вследствие на повишеното потребление.

Основна функция на монетарната политика на държавата е контролът върху количеството разполагаеми пари в икономиката.<sup>11</sup> *Паричните инструменти* се отнасят към общите средства за макроикономическо регулиране. Техен основен „оператор“ е Българска народна банка, която съзнателно обезценявайки българския лев прилага регулативни въздействия с цел привличане на повече чуждестранни туристи. Друга основна цел, която се реализира чрез използване на парични инструменти е регулирането на инфлационните процеси в страната.



**Фигура 2.** Стимулиране на all-inclusive туризма чрез редуциране ставката на ДДС за предоставяне на туристически услуги с включена нощувка<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Димов, Ив., Д. Златева, Е. Димов. Цит. изт., 2009, с. 303.

<sup>12</sup> Фигурата е съставена от автора.

Крайният резултат от използването на монетарните инструменти за икономически въздействия върху туристическата дейност е подобряването на пазарната конюнктура, стимулирането на производството и предлагането на туристически продукти и повишената конкурентоспособност на България на международния туристически пазар. Ролята на тези инструменти е обща за всички икономически сектори в държавата. Според 52% от анкетираните този вид инструменти са ефективни, а 33% поддържат обратното мнение.

**Валутният режим**<sup>13</sup> постига своите регулативни въздействия чрез курса на покупко-продажба на българския лев спрямо другите валути и пряко засяга степента на развитие на международния туризъм. В зависимост от това кой от неговите разновидности се прилага, се определя и степента на неговото влияние върху вноса и износа на национална и чужда валута. Валутният режим, който прилага България, се основава на фиксирания валутен курс (паричен съвет). Той е предпоставка за подобряването на инвестиционната среда, улесняването на външнотърговския обмен, понижаването на инфлацията и стимулирането на технологичните иновации в сферата на туризма.

Икономическите въздействия на валутния режим се конкретизират в стимулиране или ограничаване износа и вноса на националната или чужда валута в България. Като цяло тези процеси се регулират от Валутния закон<sup>14</sup> на страната. Неговата роля е да урежда: сделките и плащанията между местни и чуждестранни лица, сделките с благородни метали и скъпоценни камъни, пренасянето на парични средства през границата на страната и др. Пренасянето на парични средства над регламентираната в закона стойност подлежи на деклариране. През 2015 г. МТ стартира и прилага кампания за насърчаване на вътрешния туризъм с цел развитие на регионите<sup>15</sup>, а с мащабна международна рекламна кампания – привличане на международни туристи и внос на чуждестранна валута.<sup>16</sup> Валутният режим в България според 56% от експертите в областта на туризма твърдят, че е ефективен, докато 30% са на обратното мнение.

**Митническият режим**, като специфичен икономически инструмент, въздейства косвено върху покупката на стоки по линия на международния туризъм. В България, като външна граница на ЕС, съществуват 9 вида регламентиран митнически режим, някои от които засягащи туристическата индустрия.<sup>17</sup> Митата, митническите такси и митническите облекчения са механизмите за регулиране на международния стокообмен. Чрез митническия контрол се ограничава или стимулира вносът към и износа на стоки от страната (респективно ЕС) чрез пълна забрана за определени стоки, а за други – чрез определяне на допустимото им количество.

**Граничният и визовият режим** са механизми за въздействие върху туристопотока по линия на международния туризъм. Условието и редът, по който чужденец може да влиза, пребивава и напуска България се определя със Закона за чужденците в Република България.<sup>18</sup> Чрез *граничния режим* се ограничава или се облекчава движението на чужденци, които желаят да преминат държавните граници с определена цел или транзитно. *Визовият режим* позволява издаването на виза, чрез която чужд за ЕС гражданин може да пребивава на територията на България за определен период от време, като спазва целта на своето пътуване. Визите се издават срещу заплащане на определена такса и могат да бъдат: за краткосрочно и дългосрочно пребиваване; и транзитни.

Стимулирането на входящия международен туризъм се установява с безвизов режим, а ограничаването – с визов. България няма изгода да прилага визов режим за чужди граждани, защото понася икономически загуби, но е задължена да спазва Общата визова политика на ЕС.<sup>19</sup> Дългогодишните емитивни туристически райони за България са страни извън ЕС, нямащи споразумение с Европейското икономическо пространство като: Русия и Украйна.<sup>20</sup> За тях е необходимо да се прилагат

<sup>13</sup> Видолова, М. Банково дело. Велико Търново, 2013, с. 42.

<sup>14</sup> Валутен закон, 2000. // <http://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/-12802047> (12.04.2015)

<sup>15</sup> <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/ministur-angelkova-nasurchavaneto-na-vutreshniya-turizum-shte-stimulira-razvitiето> (08.03.2015)

<sup>16</sup> <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/bulgariya-se-predstavya-na-turisticheskoto-izlozhenie-satte-2015-v-nyu-delhi> (08.03.2015)

<sup>17</sup> <http://info.mitnica.com/index.php?p=naprawlenia> (08.03.2015)

<sup>18</sup> <http://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/2134455296> (08.03.2015)

<sup>19</sup> <http://www.mfa.bg/bg/pages/124/index.html> (08.03.2015)

<sup>20</sup> [http://www.mfa.bg/uploads/files/Consular/VisaRegime\\_for\\_foreigners\\_ordinary\\_passports\\_bg\(1\).pdf](http://www.mfa.bg/uploads/files/Consular/VisaRegime_for_foreigners_ordinary_passports_bg(1).pdf) (08.03.2015)

регламентите за влизане и пребиваване на чужденци у нас, за които Съюзът изисква визи. Въпреки необходимостта от издаване на такава с туристическа цел, туристопотокът не намалява, а точно обратното – се увеличава (вж. таблица 2).

Данните от НСИ и МТ отразяват този процес, като се отчита следната особеност: за периода до 2009 г. включително, липсва информация на сайта на МТ, а в периода от 2010 до 2013 г. присъстват съществени различия в публикуваните данни в сравнение с тези, обявени от НСИ. За да се стимулира посещението на чужденци с цел туризъм при спазване изискванията на визовия режим на Съюза, МТ предприема редица от мерки, които облекчават получаването на визи за страните от бившата Руска федерация.<sup>21</sup> Сметчането на визовия режим за турски граждани също отчита увеличаване на туристопотока от Турция.<sup>22</sup> За лица и групи хора, които със своите действия биха нарушили обществения ред, сигурност или здравето на гражданите на България се прилага рестриктивен визов режим.

**Таблица 2.** Посещения на руски и украински граждани в България с цел туризъм

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Русия*</b>	218194	249128	296918	295713	389864	469772	609630	695853	666538
<b>Русия**</b>	-	-	-	-	378382	455093	597504	681562	656454
<b>Украйна*</b>	109393	123848	150818	154701	199080	251803	325944	379444	341524
<b>Украйна**</b>	-	-	-	-	146347	176075	253526	295405	269646

\* – по данни от НСИ;

\*\* – по данни от МТ.

**Източник:** съставена от автора по данни от НСИ и МТ.

Ефективността от използването на визовия режим се оценява положително от 67% от анкетираните, а 63% оценяват по същия начин и ефективността на граничния. Ниска оценка за последния са дали 33% от анкетираните, а 30% от тях смятат за неефективно използването на визовия режим.

**Санитарният (здравният) режим** ограничава пресичането на държавните граници от лица, които носят риск за здравето на гражданите на България. Чрез него се регулира спазването на здравните изисквания и се съблюдава наличието на международен сертификати за имунизация или профилактика. Неспазването на тези изисквания води до икономически загуби, при условие че се допусне разпространение на болест или епидемия от заразено лице или група от хора, пребиваващи на територията на България. Здравният режим у нас се регламентира с Наредба за условията и реда за провеждане на граничен здравен контрол на Република България.<sup>23</sup>

Движението на домашни любимци в рамките на ЕС и от трети страни се урежда чрез ветеринарно-санитарните изисквания при движение с нетърговска цел на домашни любимци в рамките на Общността и движенията от трети страни.

Санитарният режим не се възприема от експертите в туризма като значим. Само 44% от анкетираните смятат, че той е ефективен от гледна точка на реализирането на икономически ползи от неговото прилагане, а 33% са на противоположното мнение.

Въздействията чрез **инвестиционните инструменти** на публичните субекти са предимно с общ характер. Те създават условия за генериране на ползи за туризма и останалите икономическите сектори у нас чрез подпомагане на общото регионално развитие. Средствата, инвестирани от национални и местни обществени структури в България, се придобиват от инвестиционни ЕСФ, европейски фондове за регионално развитие (ЕФРР) и други финансови институции. За програмния период 2007 – 2013 г. държавната туристическа политика като директен бенефициент инвестира директно в туризма

<sup>21</sup> <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/procedurite-za-izdavane-na-turisticheski-vizi-za-grazhdani-na-ruskata-federaciya-i> (08.03.2015)

<sup>22</sup> **Тенчев, П.** Все повече турски туристи идват в зимните ни курорти заради облекчения визов режим. // *Dariknews.bg*, 9 януари 2015. <[http://dariknews.bg/view\\_article.php?article\\_id=1381421](http://dariknews.bg/view_article.php?article_id=1381421)> (08.03.2015)

чрез проекти по ОП „Регионално развитие“ близо 60 млн. лв. чрез схема за безвъзмездна финансова помощ BG161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване“.<sup>24</sup>

Местните държавни управленски структури в България през същия период участват активно в изготвянето и прилагането на проекти по същата оперативна програма на ЕС. Чрез създадените нови работни места, инвестирането в подобряване достъпа до туристически атракции, реставрация и консервация на антропогенни туристически ресурси се допринася за икономическа активност, конкурентоспособност и постигат ползи за обществото.<sup>25</sup> По тази причина 63% от експертите в областта на туризма са дали висока оценка на ефективността от използване на инвестиционните инструменти за регулативни въздействия, като останалите са на противоположното мнение.

Привлечените чуждестранни преки инвестиции (ЧПИ) за периода след появата на световната финансово-икономическата криза са намалели двойно, но започва бавното им възстановяване на нивата от преди това, когато за периода 2000 – 2008 г. възлизат на 1,6% от общия дял на инвестициите в България.<sup>26</sup> Те са основен източник на икономически растеж, тъй като пряко въздействат върху формирането на БВП на страната.

Туризмът е един от секторите на услугите, който притежава потенциал за привличане на ЧПИ.<sup>27</sup> Конкурентните предимства на Р България в тази връзка са: качествените природни ресурси, ниската цена на работната сила и стабилната макроикономическа среда. Като пречки ще посочим: утежнената бюрокрация, свитият вътрешен пазар и липсата на необходимата за бизнеса (като количество и качество) инфраструктура.

Мерките, които позволяват повишаване конкурентоспособността на България за привличане на ЧПИ са: подобряването на инвестиционния климат,<sup>28</sup> изграждането на съвременна инфраструктура, стимулите за инвеститорите<sup>29</sup> и повишаването на знанията и уменията на заетите в туризма кадри. Инвестиционните инструменти оказват безспорно значим икономически ефект за страната като стимулират развитието на туризма и другите сектори от икономиката. Най-ефективната форма за увеличаване инвестициите в туризма е публично-частното партньорство (ПЧП). Създаването на условия и подкрепянето на такива инициативи от страна на държавните и местни власти допринася за постигане на по-мощни икономически ползи.

Само 41% от анкетираните смятат, че туристическата политика стимулира ПЧП, а 52% твърдят, че тя не го прави. Практиката на България в тази област се определя под формата на концесиониране на туристически ресурси (Регионален исторически музей – В. Търново, притежава безвъзмездно право да управлява Архитектурно-музеев резерват „Царевец“ – гр. Велико Търново за срок от 10 г.<sup>30</sup>), туристическа инфраструктура (ски лифтове) и др. Преобладаваща част (60%) от анкетираните считат, че туристическата политика не съдейства за ефикасното използване на туристическите ресурси. От тях 48% са на мнение, че регулативните ѝ въздействия са насочени в необходимата степен към опазването на околната среда Същият е и делът на анкетираните, които са на противоположното мнение.

**Кредитните инструменти** като средство за икономически въздействия на туристическата политика са в тясна връзка с инвестиционните. Източниците за финансиране на различни проекти, освен безвъзмездно отпусканите по линия на европейските фондове и републиканския и общински

<sup>23</sup> [http://lex.bg/bg/laws\\_stoyan/ldoc/2135536200/](http://lex.bg/bg/laws_stoyan/ldoc/2135536200/) (08.03.2015)

<sup>24</sup> <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/programi-i-proekti/proekti-izpulnyavani-ot-mt-kato-direkten-beneficient-po-op-regionalno> (09.03.2015)

<sup>25</sup> **Неделчев, Д.** За новооткритите археологически обекти в България. // Историко-археологически туризъм – наследство с перспектива. – Варна, 2014, с. 180 – 194.

<sup>26</sup> Регионални профили: показатели за развитие. – София, 2014. // <[http://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Editions/Regional\\_Profiles\\_2014.pdf](http://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Editions/Regional_Profiles_2014.pdf)> (09.03.2015)

<sup>27</sup> Доклад на Делойт България. Анализ на международния инвестиционен климат и на възможностите на България за привличане на инвестиции (резюме), 2005.

<sup>28</sup> <http://www.mi.government.bg/bg/news/minister-loukarsky-our-priority-is-to-develop-a-stable-investment-climate-1917.html> (09.03.2015)

<sup>29</sup> <http://www.minfin.bg/bg/pubs/1/6199> (09.03.2015)

<sup>30</sup> [https://www.veliko-tarnovo.bg/obs2011/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1586:—1201&catid=121:—69–24072014-&Itemid=174](https://www.veliko-tarnovo.bg/obs2011/index.php?option=com_content&view=article&id=1586:—1201&catid=121:—69–24072014-&Itemid=174) (09.03.2015)



бюджет, са кредитите от банки, акционният и заемният капитал и др. Кредитите, отпускани на туристически предприятия за проекти и дейности в областта на туризма, се гарантират от правителството и са с преференциални лихви, по-ниски от пазарните. Разликата между реалните и преференциалните нива се поема от държавата. Такава инициатива в България е слабо изразена и може да се направи изводът, че тя не е честа практика.

Субсидирането, като безвъзмездна форма на финансиране от страна на националните и местни държавни структури в България, през последните години се изразява в намерението да се приложи в дотиране на празните места в чартърни полети за подпомагане удължаването на туристическия сезон по примера на община Варна. Тази идея не получи одобрение, а аргументите затова са, че по този начин местната власт би нарушила определени европейски норми и изисквания.<sup>31</sup> Със създаването на МТ отново се издигна идеята, заложена и като мярка в работата на ведомството, да се заплащат празните седалки на чартърните полети от Русия към България.<sup>32</sup> Друга идея на туристическия бизнес отново не намира отзвук, е за редуциране на разходите за визи на руски граждани за сметка на българската държава.<sup>33</sup>

Анализът на наличната информация относно използването на кредитните инструменти за стимулиране на икономическите процеси и подобряване условията за финансиране на туристически проекти чрез преференциални кредити в България показва, че то не е на задоволително равнище. Това се потвърждава и от категоричното мнение на 41% от анкетираните експерти.

Своеобразният набор от правни инструменти на туристическата политика в България играе основна роля в регулиране на и въздействие върху условията на туристическия бизнес. Според своята форма те са *законови, подзаконовни нормативни и международноправни актове*. Чрез своите разпоредби законите могат да задължават, забраняват, ограничават предприемане на конкретни действия и да определят права и задължения на различните политически субекти (държавни, общински, публично-частни, юридически, физически и др.). Въздействията, с които те се характеризират по отношение на туристическото развитие, се осъществяват с помощта на общата и специализираната законодателна уредба в България и чрез хармонизираните международноправни актове.

Регулирането на туристическия сектор в България се основава на Конституцията и всички законови и подзаконовни нормативни актове, които косвено се отнасят до туризма. Такива са Търговският закон, Кодексът на труда, Законът за счетоводството, Законът за ДДС, Законът за опазване на околната среда, Наредбата за придобиване на квалификация по професията „Екскурзовод“ и мн. др. Специализираното (вертикално) регулиране обхваща всички правно-нормативни документи, касаещи пряко туристическия бизнес. В България основни правни актове от тази група регулатори са Закона за туризма (ЗТ) и всичките произтичащи от него подзаконовни документи, издавани по правило от МС, МТ и общинските съвети.

ЗТ регулира обществените отношения на субектите свързани с туристическите дейности, услуги и обекти. Чрез него се упражнява значително въздействие върху доставчиците на туристически услуги, ясно се дефинират туристическите дейности и обекти. Той допринася за засилване на конкурентоспособността и качеството на националния туристически продукт и услуги. Законът създава правните условия за устойчиво развитие на туризма и неговите специализирани видове, регламентира защитата на потребителите на туристически продукт и определя глобите и санкциите при нарушаване на нормативните разпоредби.

Най-висока оценка за степента на ефективност на всички инструменти на туристическата политика се дава на подзаконовите нормативни актове според 78% от анкетираните, след това на националните актове – 67%, а само 52% на международноправните актове. Не могат да определят ефекта от международните актове 15% от експертите в туризма. По този начин се очертава и една много висока степен на приемственост на подзаконовата уредба в туризма.

<sup>31</sup> Михайлов, Д. Експерт: Туристическият сезон става все по-къс: Кадри бягат в чужбина за повече работа и пари. // *ИА Черно море*, 28 октомври 2014 <<http://www.chernomore.bg/varna/2014-10-28/ekspert-turisticheskiyat-sezon-stava-vse-po-kas>> (09.03.2015)

<sup>32</sup> Ставрева, Н. Държавата ще плаща чартърите на руски туристи. // Канал 3, 16 февруари 2015. <<http://kanal3.bg/news/bulgaria/economy/171-Държавата-ще-плаща-чартърите-на-руски-туристи>> (09.03.2015)

<sup>33</sup> [http://econ.bg/Новини/България-да-поема-разходите-за-визи-на-руски-граждани-иска-бизнесът\\_1.a\\_i.159561\\_at.1.html](http://econ.bg/Новини/България-да-поема-разходите-за-визи-на-руски-граждани-иска-бизнесът_1.a_i.159561_at.1.html) (09.03.2015)



**Стандартизацията** е механизъм за въздействие, който се причислява към правните инструменти на регулиране в системата на туризма. Стандартите улесняват икономическите отношения между потребителите и туристическите предприятия, чиято услуга потребяват. По своя характер те са препоръчителни и незадължителни, освен в случаите, когато тяхното прилагане е безусловно определено с нормативен акт. Основните причини, които са мотив за тяхното използване са<sup>34</sup>: подобряване качеството на услугите, повишаване на конкурентоспособността, привличане на нови клиенти, намаляване на разходите, развитие на инвестициите и др. Стандартите се разработват, приемат, одобряват и разпространяват от международни и национални институти за стандартизация. У нас основна такава институция е Българският институт за стандартизация (БИС).<sup>35</sup>

Стандартите, които пряко въздействат върху туристическата дейност, са за продукти, процеси и услуги. Техническият комитет на БИС, който работи в област на стандартизация „Туристически дейности“, разработва стандарти предимно за „туристически услуги“ и „водолазни услуги за развлечение“. Техният предмет на действие се отнася за качеството и безопасността на услугата, чрез която се защитават правата на потребителите. Някои от действащите стандарти за туристически услуги са:

„Хотели и други видове места за настаняване при туризъм. Терминология”

„Туристически агенции и туроператори. Терминология”

„Изисквания за предоставяне на професионално обучение и програми за квалификация на екскурзоводи”

„Услуги за предоставяне на туристическа информация и посрещане на туристи. Изисквания”.

Стандартите за водолазните услуги за развлечение се отнасят за минималните изисквания при провеждане на и за безопасността на обучение на водолази при подводни гмуркания и изискванията към доставчиците на такива услуги. Техническият комитет изпълнява и действия по „стандартизация на услугите в целия сектор туристически дейности (хотелиерство и ресторантьорство, туроператорска, агентска дейност и транспортни услуги, балнеолечебен и уелнес туризъм – балнеотуристически услуги; сра туристически услуги; уелнес туристически услуги; и таласотуристически услуги), включително вътрешното управление на дейностите, предоставяне на услуги; качество на услугите и управление на човешките ресурси“.<sup>36</sup> Област на дейности, които е нецелесъобразно да бъдат обект на стандартизация са екскурзоводската и аниматорската услуга в туризма.

Международните стандарти се изготвят от международни организации за стандартизация. Те са ISO и IEC. В България пряко и косвено отношение към туризма имат стандартите за качество на процеса, продукта и услугата от серия ISO 9000 – управление на качеството в предприятията, ISO 14000 – управление на околната среда, ISO 17000 – оценяване на съответствието и ISO 22000 – система за управление на безопасността на храните. Внедрените в туристическите предприятия международни стандарти са предпоставка за високо качество и имидж и катализатор на конкурентоспособността.

У нас бе обсъдено създаване на български национален стандарт за качество и стандарт за устойчиво развитие на туризма.<sup>37</sup> Проектът, чрез който се финансира дейността за създаване на система за доброволно прилагане на стандартите е „Стимулиране на качеството и устойчивото развитие на туристическите предприятия“<sup>38</sup> с бенефициент МТ. Неговият срок за изпълнение е до декември 2013 г.

Резултатите и постигането на заложените цели след неговото приключване към настоящия момент не са публично оповестени. Факт е достъпът до издадена брошура, която разяснява основни термини, елементи и модели на системата за доброволно сертифициране на качеството и устойчивото развитие в туризма.<sup>39</sup> Функциите по разработване и съдействие по въвеждането на доброволни системи за сертифициране на качеството и устойчивото туристическо развитие са на министъра на туризма.

<sup>34</sup> Туризъм // сп. „БДС компас“, брой 3, 2012, с. 20.

<sup>35</sup> <http://www.bds-bg.org/> (10.03.2015)

<sup>36</sup> [http://www.bds-bg.org/bg/tc/?national\\_committee\\_id=91](http://www.bds-bg.org/bg/tc/?national_committee_id=91) (10.03.2015)

<sup>37</sup> **Неделчев, Д.** Ефекти от въвеждането на български национален стандарт за качество и устойчиво развитие в туризма. // 50 години Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“. – Велико Търново, 2013, с. 326-331.

<sup>38</sup> [http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/project\\_09\\_new.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/project_09_new.pdf) (10.03.2015)

<sup>39</sup> <http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/brochure1a.pdf> (10.03.2015)

Като правен инструмент за икономическо въздействие, *сертификацията* по своята същност е процедура по оценка на съответствието на фактическите параметри на туристическия обект с „минималните задължителни изисквания за изграждане, обзавеждане и оборудване, обслужване, предлагани услуги и професионална и езикова квалификация на персонала“<sup>40</sup>. Сертифицирането се извършва от трета независима страна в отношенията между потребителите-туристи и доставчика на туристическата услуга, която страна издава сертификата за съответствие. На задължително сертифициране у нас, според ЗТ, подлежат балнеолечебните, спа-, уелнес- и таласотерапевтичните центрове. Ползите от процеса на сертификация са: реклама, повишена репутация и качество.<sup>41</sup>

Субектите, упълномощени да извършват сертификация на изброените туристически обекти в България, са: министърът на туризма или упълномощено от него лице и Експертната комисия по категоризация и сертификация на туристически обекти.

В дейността на пътническите агенции в България се изисква използването на сертификата, удостоверяващ наличието на договор за сключена задължителна застраховка, издаден от застрахователя. Документът съдържа полезна за потребителя информация, касаеща сключения договор за застраховка.<sup>42</sup> Съществуват и сертификати в България и за други туристически дейности. Пример за такъв е екомаркировката за хотели, чиито изисквания, условия и ред за получаване са описани в Наредбата за Националната схема за екомаркировка<sup>43</sup> на Министерство на околната среда и водите. Друг сертификат отнасящ се за хотели е „екохотел“, а за места за настаняване, категоризирани по ЗТ – „зелена къща“ по инициатива на Българска асоциация за алтернативен туризъм (БААТ). За пътническата дейност сертификат за съответствие е „зелен глобус“ по отношение спазване на изисквания за опазване на околната среда.<sup>44</sup>

Ефективността на стандартизацията и сертификацията като инструменти за въздействие, наравно с данъчните инструменти, се оценяват високо от 71% от анкетиранияте, а на противоположното мнение са 26%. По-ефективен инструмент се определя сертификацията, който е получил 11% повече одобрение чрез много високата оценка за него.

*Лицензионният и регистрационният режим* в България са механизми на въздействие, които разрешават практикуването на туристически дейности. Чрез тях се упражнява административен контрол с цел регулиране и ограничаване на определени обществени рискове. В България *лицензионният режим* се прилага върху застрахователите и превозвачите, участващи в туристически дейности. Чрез него се регулира достъпът на фирмите до пазара и равнището на качеството на предлаганите услуги на застрахователната и пътническата дейност.<sup>45</sup> На всяко транспортно или застрахователно предприятие може да се издаде лиценз за превоз на пътници и съответно право на застраховане, при условие че отговаря на определени общи и специфични критерии.

*Регистрационният режим* е по-либералният механизъм за въздействие в сравнение с лицензионният, тъй като позволява практикуването на туристическа дейност, ако са изпълнени съответни изисквания. Целта на режима е да насърчава извършването на определени туристически дейности. В националния туристически регистър се вписват всички регистрирани туроператори и туристически агенти у нас, които към началото на четвъртото тримесечие на 2015 г. са 2954.

Лицензирането като инструмент за въздействие получава по-висока оценка на 67% от анкетиранияте в сравнение с регистрирането – 63%.

*Категоризирането на туристическите обекти* е особен вид регистрационен режим. На него подлежат обектите от хотелиерската и ресторантьорската дейност. Субектите, които издават удостоверение за категоризиране на даден обект, са: министърът на туризма или упълномощени от него длъжностни лица и Експертната комисия по категоризация и сертификация на туристически обекти – на национално ниво, както и кметът на съответната община или упълномощени от него

<sup>40</sup> Закон за туризма, 2013.

<sup>41</sup> for your Cert <[http://www.foryoucert.de/Vorteile\\_einer\\_Zertifizierung\\_BG.cms?ActiveID=1131](http://www.foryoucert.de/Vorteile_einer_Zertifizierung_BG.cms?ActiveID=1131)> (10.03.2015)

<sup>42</sup> Закон за туризма, 2013.

<sup>43</sup> [http://biodiversity.bg/files/File/naredba\\_bg\\_ecomark.pdf](http://biodiversity.bg/files/File/naredba_bg_ecomark.pdf) (10.03.2015)

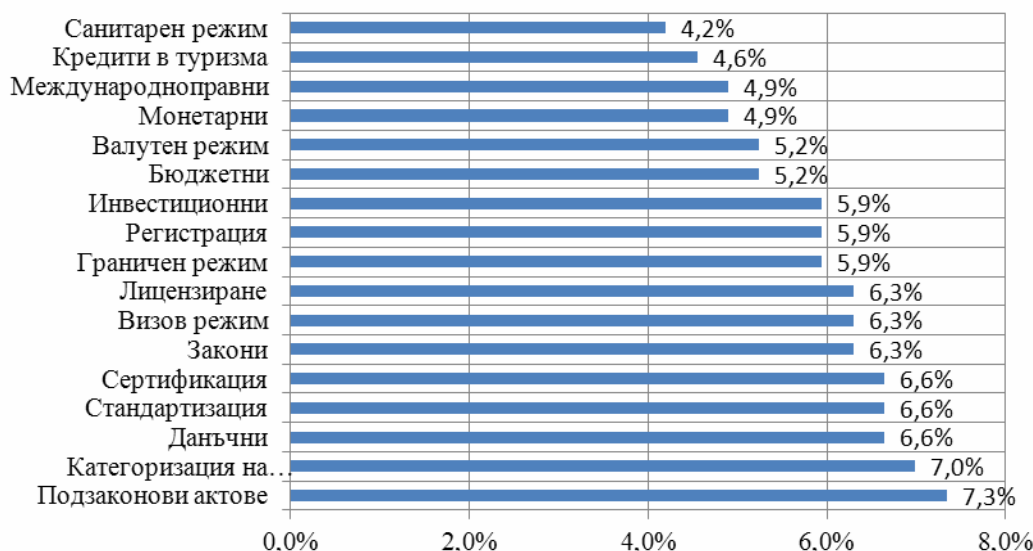
<sup>44</sup> Георгиева, М. „Екохотел“ означава по-малко разходи и повече посетители. // *Капитал*, 25 септември 2004. <[http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2004/09/25/228052\\_ekohotel\\_oznachava\\_po-malko\\_r\\_ahzodi\\_i\\_poveche/](http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2004/09/25/228052_ekohotel_oznachava_po-malko_r_ahzodi_i_poveche/)> (10.03.2015)

<sup>45</sup> Нешков, М. Управление на качеството и сертифициране в туризма. Учебно помагало. – Варна, 2007, с. 92 – 93.

длъжностни лица и общинската експертна комисия по категоризация на туристически обекти. Според ЗТ удостоверение за категоризация на туристически обекти се издава за срок от 5 години. Условието гарантира съответствие на категорията на обекта с качеството на предлаганите в него услуги. В България според националния туристически регистър към настоящия момент има 20013 категоризирани туристически обекта.

След публикуването на ЗТ от 2013 г. отпаднаха досега действащите условия на Наредбата за категоризиране на плажовете в сила от 2005 г. Причината е, че регулаторният режим се оценява като нецелесъобразен, тъй като дублира условията, вписани в договорите за концесия на плажовете.

Категоризирането на туристическите обекти е вторият по ефективност регулативен инструмент след подзаконовите актове. Висока оценка за него са дали 74% от анкетираните.



Фигура 3. Ефективност на използваните инструменти за въздействие на туристическата политика<sup>46</sup>

### Заклучение

Изчерпателността на възможните видове инструменти за икономическо въздействие определя липсата на други способи за регулиране след допитване до анкетираните. Всички те са изказали мнение, че не могат да определят друг вид инструмент за въздействие и съответно да преценят неговата ефективност. В заключение от представените дотук оценки за ефективността от използването на различните политически инструменти за икономическите въздействия върху туризма у нас можем да обобщим следните основни изводи и заключения (вж. фигура 3):

- като най-ефективен политически инструмент за икономическо въздействие се определя системата от подзаконови нормативни актове;

- като най-неефективен по отношение на регулирането на туризма се оценява санитарният режим;

- категоризацията на обекти, данъчните инструменти, стандартизацията и сертификацията се характеризират с високо доверие от страна на експертите в областта на туризма;

- системата от международноправни инструменти не се оценява като ефективен инструмент за икономическо въздействие.

Данните от фигурата показват общия сбор на процентния дял на ефективността на всички инструменти, който е 100%.

Характерните особености на туризма като „надстроено“ явление<sup>47</sup> без аналог и политиката за неговото стимулиране определят спецификата на изследване на регулативните въздействия, осъществявани с цел реализиране на очаквани икономически ползи. Решаването на тази задача, подкрепено от резултатите от емпиричното проучване, е целесъобразно да стане чрез усъвършенстване на самия процес на изследване на икономическите въздействия на туристическата политика.

<sup>46</sup> Фигурата е съставена от автора.

<sup>47</sup> Нешков, М, Ст. Маринов, В. Казанджиева. Цит. изт., 2014, с. 42.

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Георгиева, М.** „Екохотел“ означава по-малко разходи и повече посетители. // *Kapital*, 25 септември 2004, ([http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2004/09/25/228052\\_ekohotel\\_oznachava\\_po-malko\\_razhodi\\_i\\_poveche/](http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2004/09/25/228052_ekohotel_oznachava_po-malko_razhodi_i_poveche/)). // **Georgieva, M.** „Екохотел“ означава по-малко разходи и повече посетители. // *Kapital*, 25 септември 2004, ([http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2004/09/25/228052\\_ekohotel\\_oznachava\\_po-malko\\_razhodi\\_i\\_poveche/](http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2004/09/25/228052_ekohotel_oznachava_po-malko_razhodi_i_poveche/)).
2. **Димов, И., Д. Златева, Е. Димов.** *Обща икономическа теория III. – Макроикономика. Седмо издание.* София : Нова звезда, 2009. // **Dimov, I., D. Zlateva, E. Dimov.** *Obshta ikonomicheska teoriya III. – Makroekonomika. Sedmo izdanie.* Sofiya : Nova zvezda, 2009.
3. **Михайлов, Д.** *Експерт: Туристическият сезон става все по-къс: Кадри бягат в чужбина за повече работа и пари.* // *ИА Черно море*, 28 октомври 2014, (<http://www.chernomore.bg/varna/2014-10-28/ekspert-turisticheskiyat-sezon-stava-vse-po-kas/>). // **Mihaylov, D.** *Ekspert: Turisticheskiyat sezon stava vse po-kas: Kadri byagat v chuzhbina za poveche rabota i pari.* // *IA Chernomore*, 28 oktomvri 2014, (<http://www.chernomore.bg/varna/2014-10-28/ekspert-turisticheskiyat-sezon-stava-vse-po-kas/>).
4. **Нешков, М.** *Управление на качеството и сертифициране в туризма. Учебно помагало.* Варна, 2007. // **Neshkov, M.** *Upravlenie na kachestvoto i sertifitsirane v turizma. Uchebno pomagalo.* Varna, 2007.
5. **Нешков, М, В. Казанджиева.** *Макрорегулиране на туристическия бизнес.* Варна : Наука и икономика, 2013. // **Neshkov, M., V. Kazandzhieva.** *Makroregulirane na turisticheskiya biznes.* Varna : Nauka i ikonomika, 2013.
6. **Нешков, М., Ст. Маринов, В. Казанджиева.** *Въведение в туризма.* Варна : Наука и икономика, 2014. // **Neshkov, M., St. Marinov, V. Kazandzhieva.** *Vavedenie v turizma.* Varna : Nauka i ikonomika, 2014.
7. **Ставрева, Н.** *Държавата ще плаща чартърите на руски туристи.* // Канал 3, 16 февруари 2015, (<http://www.kanal3.bg/news/bulgaria/economy/171-Държавата-ще-плаща-чартърите-на-руски-туристи/>). // **Stavreva, N.** *Darzhavata shte plashta chartarite na ruski turisti.* // Канал 3, 16 fevruari 2015, (<http://www.kanal3.bg/news/bulgaria/economy/171-Darzhavata-shte-plashta-chartarite-na-ruski-turisti/>).
8. **Танева, Я.** *Чехия отделя 5 пъти повече за реклама на туризма си от нас.* // *Bulgariautre.bg*, 16 февруари 2015, ([http://www.bulgaria.utre.bg/2015/02/16/301132-chehia\\_otdelya\\_5\\_puti\\_poveche\\_za\\_reklama\\_na\\_turizma\\_si\\_ot\\_nas/](http://www.bulgaria.utre.bg/2015/02/16/301132-chehia_otdelya_5_puti_poveche_za_reklama_na_turizma_si_ot_nas/)). // **Taneva, Y.** *Chehiya otdeleya 5 pati poveche za reklama na turizma si ot nas.* // *Bulgariautre.bg*, 16 fevruari 2015, ([http://www.bulgaria.utre.bg/2015/02/16/301132-chehia\\_otdelya\\_5\\_puti\\_poveche\\_za\\_reklama\\_na\\_turizma\\_si\\_ot\\_nas/](http://www.bulgaria.utre.bg/2015/02/16/301132-chehia_otdelya_5_puti_poveche_za_reklama_na_turizma_si_ot_nas/)).
9. **Тенчев, П.** *Все повече турски туристи идват в зимните ни курорти заради облекчения визов режим.* // *DarikNews*, 9 януари 2015, ([http://www.dariknews.bg/view\\_article.php?article\\_id=1381421](http://www.dariknews.bg/view_article.php?article_id=1381421)).
9. **Tanchev, P.** *Vse poveche turski turisti idvat v zimnite ni kurorti zaradi oblekcheniya vizov rezhim.* // *DarikNews*, 9 yanuari 2015, ([http://www.dariknews.bg/view\\_article.php?article\\_id=1381421](http://www.dariknews.bg/view_article.php?article_id=1381421)).
10. \*\*\*\*\* *Доклад на Делойт България. Анализ на международния инвестиционен климат и на възможностите на България за привличане на инвестиции (резюме), 2005,* ([http://econ.bg/Анализи/Анализ-на-международния-инвестиционен-климат-и-на-възможностите-на-България-за-привличане-на-\\_1.a\\_i.117410\\_at.4.html](http://econ.bg/Анализи/Анализ-на-международния-инвестиционен-климат-и-на-възможностите-на-България-за-привличане-на-_1.a_i.117410_at.4.html)). // \*\*\*\*\* *Doklad na Deloyt Baltariya. Analiz na mezhdunarodniya investitsionen klimat i na vazmozhnostite na Baltariya za privlichane na investitsii (rezyume), 2005,* ([http://econ.bg/Analizi/Analiz-na-mezhdunarodniya-investitsionen-klimat-i-na-vazmozhnostite-na-Baltariya-za-privlichane-na-\\_1.a\\_i.117410\\_at.4.html](http://econ.bg/Analizi/Analiz-na-mezhdunarodniya-investitsionen-klimat-i-na-vazmozhnostite-na-Baltariya-za-privlichane-na-_1.a_i.117410_at.4.html)).
11. \*\*\*\*\* *Закон за туризма, 2013, доп. от 20 февруари 2015,* (<http://www.ciela.net/svobodna-zona-normativi/view/2135845281/zakon-za-turizma/>). // \*\*\*\*\* *Zakon za turizma, 2013, dop. ot 20 fevruari 2015,* (<http://www.ciela.net/svobodna-zona-normativi/view/2135845281/zakon-za-turizma/>).
12. \*\*\*\*\* *Митнически направления,* (<http://www.info.mitnica.com/index.php?p=naprawlenia>). // \*\*\*\*\* *Mitnicheski napravleniya,* (<http://www.info.mitnica.com/index.php?p=naprawlenia>). // \*\*\*\*\* *Регионални профили: показатели за развитие. – София, 2014,* ([http://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Editions/Regional\\_Profiles\\_2014.pdf](http://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Editions/Regional_Profiles_2014.pdf)).
13. \*\*\*\*\* *Regionalni profili: pokazateli za razvitie. – Sofiya, 2014,* ([http://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Editions/Regional\\_Profiles\\_2014.pdf](http://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Editions/Regional_Profiles_2014.pdf)).
14. \*\*\*\*\* *Туризм // БДС Kompas, 2012, № 3.* // \*\*\*\*\* *Turizam // BDS Kompas, 2012, № 3.*
15. <http://www.bds-bg.org>
15. <http://www.bds-bg.org>
16. [http://www.bds-bg.org/bg/tc/?national\\_committee\\_id=91](http://www.bds-bg.org/bg/tc/?national_committee_id=91)
16. [http://www.bds-bg.org/bg/tc/?national\\_committee\\_id=91](http://www.bds-bg.org/bg/tc/?national_committee_id=91)
17. [http://www.biodiversity.bg/files/File/naredba\\_bg\\_ecomark.pdf](http://www.biodiversity.bg/files/File/naredba_bg_ecomark.pdf)
17. [http://www.biodiversity.bg/files/File/naredba\\_bg\\_ecomark.pdf](http://www.biodiversity.bg/files/File/naredba_bg_ecomark.pdf)
18. [http://www.econ.bg/Новини/България-да-поема-разходите-за-визи-на-руски-граждани-иска-бизнесът\\_1.a\\_i.159561\\_at.1.html](http://www.econ.bg/Новини/България-да-поема-разходите-за-визи-на-руски-граждани-иска-бизнесът_1.a_i.159561_at.1.html)

18. [http://www.econ.bg/Novini/Balgariya-da-poema-razhodite-za-vizi-na-ruski-grazhdani-iska-biznesat\\_1.a\\_i.159561\\_at.1.html](http://www.econ.bg/Novini/Balgariya-da-poema-razhodite-za-vizi-na-ruski-grazhdani-iska-biznesat_1.a_i.159561_at.1.html)
19. [http://www.foryoucert.de/Vorteile\\_einer\\_Zertifizierung\\_BG.cms?ActiveID=1131](http://www.foryoucert.de/Vorteile_einer_Zertifizierung_BG.cms?ActiveID=1131)
19. [http://www.foryoucert.de/Vorteile\\_einer\\_Zertifizierung\\_BG.cms?ActiveID=1131](http://www.foryoucert.de/Vorteile_einer_Zertifizierung_BG.cms?ActiveID=1131)
20. <http://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/2134455296>
20. <http://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/2134455296>
21. [http://www.lex.bg/bg/laws\\_stoyan/ldoc/2135536200/](http://www.lex.bg/bg/laws_stoyan/ldoc/2135536200/)
21. [http://www.lex.bg/bg/laws\\_stoyan/ldoc/2135536200/](http://www.lex.bg/bg/laws_stoyan/ldoc/2135536200/)
22. <http://www.mfa.bg/bg/pages/124/index.html>
22. <http://www.mfa.bg/bg/pages/124/index.html>
23. [http://www.mfa.bg/uploads/files/Consular/VisaRegime\\_for\\_foreigners\\_ordinary\\_passports\\_bg\(1\).pdf](http://www.mfa.bg/uploads/files/Consular/VisaRegime_for_foreigners_ordinary_passports_bg(1).pdf)
23. [http://www.mfa.bg/uploads/files/Consular/VisaRegime\\_for\\_foreigners\\_ordinary\\_passports\\_bg\(1\).pdf](http://www.mfa.bg/uploads/files/Consular/VisaRegime_for_foreigners_ordinary_passports_bg(1).pdf)
24. <http://www.mi.government.bg/bg/news/minister-loukarsky-our-priority-is-to-develop-a-stable-investment-climate-1917.html>
24. <http://www.mi.government.bg/bg/news/minister-loukarsky-our-priority-is-to-develop-a-stable-investment-climate-1917.html>
25. <http://www.minfin.bg/bg/page/774>
25. <http://www.minfin.bg/bg/page/774>
26. <http://www.minfin.bg/bg/page/781>
26. <http://www.minfin.bg/bg/page/781>
27. <http://www.minfin.bg/bg/pubs/1/6199>
27. <http://www.minfin.bg/bg/pubs/1/6199>
28. <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/ministur-angelkova-predstavi-pred-bransha-proekta-za-ustroystven-pravilnik-na>
28. <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/ministur-angelkova-predstavi-pred-bransha-proekta-za-ustroystven-pravilnik-na>
29. <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/procedurite-za-izdavane-na-turisticheski-vizi-za-grazhdani-na-ruskata-federaciya-i>
29. <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/procedurite-za-izdavane-na-turisticheski-vizi-za-grazhdani-na-ruskata-federaciya-i>
30. <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/programi-i-proekti/proekti-izpulnyavani-ot-mt-kato-direkten-beneficient-po-op-regionalno>
30. <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/programi-i-proekti/proekti-izpulnyavani-ot-mt-kato-direkten-beneficient-po-op-regionalno>
31. [http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/project\\_09\\_new.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/project_09_new.pdf)
31. [http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/project\\_09\\_new.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/project_09_new.pdf)
32. <http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/brochure1a.pdf>
32. <http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/files/uploads/strategy-policy/projects/brochure1a.pdf>
33. [https://www.veliko-tarnovo.bg/obs2011/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1586:---1201&catid=121:---69--24072014-&Itemid=174](https://www.veliko-tarnovo.bg/obs2011/index.php?option=com_content&view=article&id=1586:---1201&catid=121:---69--24072014-&Itemid=174)
33. [https://www.veliko-tarnovo.bg/obs2011/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1586:---1201&catid=121:---69--24072014-&Itemid=174](https://www.veliko-tarnovo.bg/obs2011/index.php?option=com_content&view=article&id=1586:---1201&catid=121:---69--24072014-&Itemid=174)