

## **Дългосрочно развитие на туризма – анализ и предложения, които да спомогнат за изработване на стратегия за развитие на туризма до 2040 г. Конкретни приоритети и мерки, които могат да залегнат в дългосрочна стратегия за развитие на туризма**

Кризата с COVID-19 е изпитание за хората, бизнеса и държавните институции, като добрата координация и обединяването на усилията е необходимо условие за разбирането на природата на проблема и търсенето на адекватни решения.

Туризмът е един от основните икономически сектори в света. Това е третата по големина категория за износ (след горива и химикали) и през 2019 г. представлява 7% от световната търговия. За някои държави той може да представлява над 20% от техния БВП и като цяло е третият по големина сектор за износ на световната икономика. Той е един от секторите, най-силно засегнати от пандемията COVID-19, което се отразява на икономиките, поминъка, обществените услуги и възможностите на всички континенти

Европа е водещата туристическа дестинация в света, а туризмът е в центъра на огромна екосистема от предприятия, които допринасят съществено за просперитета и работните места във всички държави членки. Засегнати са всички части от неговата обширна верига за създаване на стойност, тъй като поддържа едно на всеки десет работни места. Следователно сектор “туризъм” осигурява поминък за милиони хора както в развиващите се, така и в развитите икономики. Кризата постави в глобален план под заплаха от 100 до 120 милиона директни туристически работни места в риск. Малките предприятия (които заемат 80% от световния туризъм) са особено уязвими. Жените, които съставляват 54% от работната сила в туризма, младежите и работниците в неформалната икономика са сред най-рисковите категории

Целта на настоящия анализ е разглеждането на възможностите за развитие на българския туризъм с хоризонт до 2040 г. Това предполага подобряване на туристическата инфраструктура и разнообразяването на предлаганите туристически продукти, включително чрез разработването на допълнителни туристически пакети (спорт, лов, риболов, обиколки на градски и природни забележителности). Постигането на тази амбициозна задача е възможно с обединение на усилията на науката, бизнеса, администрацията и браншовите неправителствени организации. За реализацията на предложените мерки и цели в настоящия анализ е необходима дългосрочна стратегия за развитието на сектор “туризъм” до 2040 г, която, не просто да анализира моментното

състояние на бранша и предлаганите от него туристически продукти, както и да предложи конкретни стъпки, мерки и цели за бъдещото устойчиво развитие на сектора, за да се преодолее ниската ефективност при управлението на ресурсите – като се започне от неефективното използване на вода и енергия и се стигне до реалната липса на рециклиране на отпадъците, които се генерират от туристическите продукти и ползвателите на туристическите услуги. Следователно е необходимо държавата да създаде условия за интегриране и допълване на политиките по развитие на сектор “туризъм” с тези в областта на природата и биологичното разнообразие, които, не просто да допълват, а да са в основата на туристическата политика. За постигане на това синхронизиране е необходимо да се провежда целенасочена политика, която да насърчава екологичните иновации в туристическите предприятия и изграждането на екологосъобразна инфраструктура, която да бъде с пониженото потребление на енергия, генерирана основно от възобновяеми енергийни източници. За да се реализират тези цели е необходимо да се повиши ефективността на управлението на ресурсите за туристическите предприятия, което е невъзможно без концепция за адаптация на туристическия сектор към настъпващите климатичните промени.

МВФ в началото на април представи актуални прогнози за икономическото развитие. Представен е неблагоприятен сценарий, който е важен за управлението на рисковете. При него възстановяването на реалния БВП до предкризисни нива ще се забави и се наблюдава съществено и трайно изоставяне от базовия сценарий за развитие. България попада в групата на развиващите се страни, за които е характерно по-голямо изоставане в сравнение с развитите. Основната разлика с развитите страни се дължи на поведението на икономиката през 2022 г. – развитите страни изостават с -2.2% от базовия сценарий, докато при развиващите се изоставането е с -2.8%. През 2025 г. тези стойности се сближават, като развитите страни изостават с -1.4%, докато развиващите се изостават с -1.6%.

При неблагоприятния сценарий се допуска, че логистичните и производствени проблеми с ваксините не позволяват тяхната навременна доставка, което води до увеличаване на мутациите на вируса и проблеми при овладяването на пандемията. Това води до забавяне на постигането на стаден имунитет с поне 9 месеца при развиващите се страни. Постоянните високи нива на инфекция и на смъртност забавят нормализирането на свободното движение и възстановяването на търсенето в сектори, които предполагат личен контакт, какъвто е туризмът. Това намалява доходите на домакинствата и

приходите на компаниите, както и техните бъдещи очаквания за такива, което още повече уврежда доверието на потребителите и бизнеса. По-бавното възстановяване увеличава склонността за избягване на риск и води до затягане на условията за финансиране за уязвимите бизнеси, поради нарастването на рисковата премия, което подкопава растежа. Страни, които имат повече фискално пространство за реакция, могат по-добре да се приспособят към тази ситуация. Това изисква повишаване на ефективността на публичните разходи в нашата страна и по-добро фокусиране на мерките към засегнатите сектори и предприятия.

МВФ изследва степента на поражения върху икономическите сектори:

- Пораженията от кризата с коронавируса в дългосрочен период се очаква да бъдат значителни. Тежките рецесии в миналото са съпроводени със загуба на производство и капацитет за продължителен период от време
- Шоковете върху производителността по сектори имат постоянен характер, като преносът на смущения между отделните сектори е значителен. Обикновено секторите не се възстановяват от шокове спрямо производителността, което увеличава риска за постоянно намаление в най-засегнатите от пандемията сектори (каквото е туризмът).
- Очакваните средносрочни загуби по отношение на производството и предлагането са значителни, като се наблюдава голяма разлика между отделните сектори и региони. Глобалното производство и предлагане се очаква да бъде с 3% по-ниско през 2024 г., спрямо прогнозите преди кризата
- По отношение на предлагането, локдауните намаляват ефективния производствен капацитет. Някои сектори се характеризират със спад в производителността, тъй като трябва да се реорганизируют, за да осигурят по-голяма дистанция между работниците.
- Търсенето спада поради намалялата мобилност и увеличеното предпазно спестяване, тъй като се увеличава несигурността. Първоначалният шок в предлагането също бързо се трансформира в спад в съвкупното търсене
- Секторите с по-голям личен контакт, които са по засегнати, бяха ефективно затворени за голям период от време и ще претърпят по-големи загуби. Пример са хотели, ресторанти, транспорт. При тях се наблюдава едновременен спад в търсене и предлагане.

Секторът на хотелите и ресторантите е засегнат в най-голяма степен по отношение на загуби на заетост и обем предлагани услуги, като влиянието му върху останалите икономически сектори е значително. Възстановяването на сектора зависи в най-голяма степен колко бързо ще бъде трайно овладяна пандемията, като по-продължителни проблеми ще нанесат сериозни дългосрочни загуби. МВФ изследва 170 страни, като се стреми да оцени влиянието и върху останалите сектори. Данните за първите три тримесечия на 2020 г. показват, че зависимите от този сектор страни изпитват в най-голяма степен негативното влияние на кризата, дори и мерките в тях да са относително либерални. Подчертава се, че секторът е много важен в рамките на отделните региони, което прави влиянието му върху останалите сектори в конкретния регион по-значително, отколкото е средното влияние на национално ниво.

Наложените от началото на 2020 г. мерки за ограничаване на пътуване и въведените мерки за социално дистанциране имаха значително негативно въздействие върху икономическите дейности, които разчитат на физически близки взаимодействия между хората. Това се отрази неблагоприятно върху въздушния транспорт и доведе до драстичното му свиване. В условията на извънредно положение през април 2020 г. общият брой на осъществените полети на територията на страната беше с -81.2 процента по-малко в сравнение със същия период на предходната година. Разхлабването на ограничителните мерки през следващите месеци допринесе за ограничаване на темпа на спад до -51.2% към ноември 2020 г. От началото на февруари 2021 г. спадовете се движат на нива от около -55%

Според статистиката на НСИ за посещенията на чужденци в страната, през март и април 2020 г. е регистриран безпрецедентен по своя мащаб спад на пътуванията на чужди граждани, което се дължи на преустановяването на международните полети и затварянето на сухопътните граници. Годишният темп на спад на посещенията на чужденци в България през април възлиза на -88.9% (с 650.3 хил. по-малко посещения), като общо за 2020 г. понижението е в размер на -60.4% (с 7 578.7 хил. по-малко посещения). Общо за 2020 г. намаление е регистрирано при пътуванията по всички наблюдавани цели: „почивка и екскурзия“ с -76.7% (с 4 495.8 хил. по-малко посещения), „служебна цел“ с -58.5%, и „други“ с -41.6%. Променя се и структурата на посещенията на чужденци – през 2019 г. пътуванията с цел „почивка и екскурзия“ заемат 46,7% от общите, докато през 2020 г. относителният им дял спада на 27.4%.

Реализираните нощувки в местата за настаняване също отчитат съществен спад спрямо съответния период на предходната година (данните са на НСИ и собствени изчисления). Общо за деветмесечието темпът на понижение възлиза на -56.2%, като намалението на чуждестранните туристи в края на летния туристически сезон (август-септември) е частично компенсирано от увеличение на посещенията в местата по настаняване на български граждани. За това развитие вероятно допринасят както силно ограничените възможности и затрудненията за пътуване на български граждани в чужбина поради наложените ограничителни мерки в глобален план, така и политиките на правителството за разхлабване на ограниченията в страната през летните месеци и насърчаване на родните туристи

В настоящия анализ се развива разбирането, че трябва да се преодолее съществуващото до този момент деление на отрасъла на традиционен и алтернативен, защото по същество става въпрос, не толкова за алтернатива, а за добавено съдържание на туристическия продукт. Следователно, може да се направи извод, че туристическият отрасъл сам предлага и налага мерките, чрез които може да се справи с кризата от COVID-19 и нейните последици. Необходимо е да се стимулират нишови туристически продукти, чрез които на туристите не просто да се предлага пътуване или желана ваканция, а да се добавя специфична за отделните географски области индивидуалност към предлаганите туристически пакети.

Европейските институции също реагират на ситуацията. Създадена е Работна група по туризъм в рамките на европейския парламент, която се състои от 18 евродепутата от различните политически семейства. Тя се фокусира върху събиране на необходимата информация, провеждане на дискусии и консултации със заинтересованите страни, както и разработване на доклади за ситуацията и предложения за резолюции и инициативи в областта на туризма. Най-належащи инициативи са:

- Общи стандарти на ниво ЕС за ограничения за пътуване, хигиенни и санитарни норми, както и здравни протоколи
- Последователни и прозрачни критерии за оценка на рисковете в ЕС, които дават точна, коректна и навременна информация на гражданите за ситуацията и развитието
- Директна и предназначена конкретно за сектора финансова подкрепа – да се конкретизира бюджетна линия за развитие на устойчив туризъм в

Многогодишната финансова рамка, както и специфични програми по страни в тази посока

- Да се създаде Механизъм за управление на кризи в туризма, който да разполага с финансови инструменти за незабавна реакция, с онлайн платформа за споделяне на информация
- Разработване на Стратегия на ЕС за развитие на устойчив туризъм с конкретни и измерими стратегически и ориентирани към постигането на резултати цел

Европейската комисия също признава приносът на туризма за икономическото развитие и заетостта. Според нея Европа е водеща туристическа дестинация в света, като туризмът се разглежда като център на голяма екосистема от бизнеси, които допринасят значително за просперитета и работните места във всички страни-членки.

Пакетът за транспорта и туризма на ЕК обхваща насоки и препоръки за:

- Насоки за възстановяване на свободата на движение и премахване на контрола по вътрешните граници
- Насоки за транспорта – с цел безопасно възстановяване на транспорта и свързаността
- Насоки за туризма (хотелиерство и ресторантьорство) – с цел безопасно възстановяване на туристическите услуги
- Препоръка относно ваучерите – с цел справяне с недостига на ликвидност и възстановяване на доверието на потребителите

За дългосрочното развитие на туристическата екосистема са важни промените в поведението, които са резултат от пандемията. Кризата с коронавируса засяга желанието и възможностите на потребителите да пътуват, като променя и предпочитанията им по отношение на дестинациите. Оценките са, че в ЕС в туризма между 6.6 и 11.7 млн. работни места са в рисковата зона да бъдат загубени или да преминат на непълно работно време. Необходимо е да се търсят както локални, така и решения на наднационално ниво, включително и по линия на управление на процесите. Стратегиите за интелигентна специализация трябва да бъдат променени в посока на повишаване на устойчивостта. Оценено е, че най-големи възможности съществуват в дигиталните и зелени решения и бизнес модели. Основните фактори, които засягат поведението са психологически и икономически. Психологическите са свързани със страха от заразяване при отсъствието на сигурни гаранции относно действието на ваксините, както и липсата конкретно

лекарство за справяне с вируса. Икономическите засягат намалението и несигурността по отношение на доходите, свързани със загуба на работни места или намаление на възнаграждения в резултат на финансови проблеми в компаниите. Отправени са препоръки в 3 основни направления – оптимално използване на наличните инициативи, промени в изследователската и развойна дейност в туризма, увеличаване на устойчивостта чрез диверсификация.

Предпочитанията и поведението на туристите се изместват в посока на места, които са познати, предсказуеми, ниско рискови, както и се ползват с доверие. Националните и регионални места за ваканции и отдых ще привличат повече посетители, поне в обозрим среден и краткосрочен период. Прогнозата, която може да се направи е, че прозрачността и достоверността на предоставената информация за съответните дестинации ще бъдат на ниво с информацията за качеството, наличието или въвеждането на ясни и приложими за всички стандарти за сигурност и опазване на здравето на хората. По-голямото внимание към хигиенни норми, опазване на собственото здраве, необходимостта от дистанция, могат да се окажат водещи, поне в средносрочен период, което поставя нови изисквания към туристическия бизнес.

Предизвикателствата пред туристическия бизнес в България са многобройни. Необходимо е да се преоценят както оперативните модели, така и дългосрочния бизнес модел. Първоначалните стъпки са в посока широко използване на онлайн плащания, въвеждане на най-добри практики за почистване и поддържане на хигиена, но те трябва да се съчетаят с прогнозиране на бъдещите тенденции при пътуванията, предпочитанията на туристите, както и моделите на ценообразуване, които да поддържат рентабилността. Икономическата несигурност прави планирането доста трудно.

Морският туризъм ще продължи да е с основен дял в отрасъла, но основните предизвикателства пред него, могат да се очертаят в следните направления:

- инфраструктура, която е остаряла, претоварена и не успява да съчетае предлаганите от нашите Черноморски курорти условия с пешеходен, голф, вело и конен туризъм, еко, винен и гурме туризъм, фотосафари, посещение на природни, културни и археологически забележителности
- свръх администриране и свръх регулация в сектора, което е предпоставка за развитие на корупционни практики в индустрията. Необходимо е администрацията да въведе принципа на така нареченото “мълчаливо съгласие”,

за да освободи инициативата в сектора. В същото време, това трябва да е със засилен контрол, дали са спазени необходимите законови изисквания

- присъствие на нови пазари с качествено нови туристически продукти и подобрени туристически услуги
- дигитализация, чрез която да се даде конкурентно предимство, не само за подобър контрол и детайлна проследимост, но и като инструмент за създаване и/или добавяне на стойност към туристическите продукти и опит

Планинският туризъм предлага на туристите богата гама от възможности за почивка, спорт и развлечения, както през зимата, така и през лятото. Хотелите и местата за отдих предоставят възможност за настаняване, според финансовите възможности и предпочитанията на гостите.

Приключенски или спортен туризъм е с огромен потенциал за развитие на база на даденостите, с които страната ни разполага

Селският туризъм е доказано най-добрият начин, както за съхраняване, така и за опознаване на традиция, бит и култура в България. Съхранените фолклорни традиции и обичаи, традиционни занаяти и техники, съществуващите селища-архитектурни резервати, заедно със запазената природа са в основата на огромния потенциал, който притежава

Огромен потенциал има в така наречения “къмпинг туризъм”, затова е трудно да се сподели твърдението, че “В България има добре оборудвани къмпинги, които привличат туристи от страната и чужбина, търсещи алтернативна почивка в досег с природата”

В съвременното екологичният туризъм е еманация на разбирането за ново качество на живот, което предполага различните предизвикателства, пред които той се изправя. Факт е, че принципите на екологичния туризъм успяха да се наложат, и да присъстват като трайна алтернатива в съвременната туристическа практика

Конгресният туризъм е с потенциал да носи доста по-високи доходи от другите видове туризъм, доколкото е насочен към горен клас платежоспособни туристи, които ползват туристически продукти и услуги в среден и горен ценови диапазон. Международните летища на територията на България я правят достъпна страна на до два часа разстояние от големите международни летища.

Очертаните предизвикателства позволяват и да се отправят някои препоръки:

- Правилна преценка на профила на хората, които първи ще започнат да пътуват. Очаква се това да са млади, местни, които са склонни да поемат известни рискове. Дестинациите и бизнеса трябва да се подготвят за този сегмент както с подходящи услуги, така и с комуникация по правилните канали
- Автентични природни забележителности и интересни места, които предлагат възможности за индивидуални или в малки групи пътувания, могат да бъдат основа за оферти на туроператори и агенти
- Трябва да се изгради онлайн потребителско доверие в туристическия бизнес чрез промотиране, широк достъп до информация, иновативни форми на поднасянето ѝ, прозрачност и гъвкавост по отношение на възможностите за отмяна на резервации, създаване на усещане за уникалност и специфичен дух на предлаганото място за почивка
- По-интензивно партньорство с местните общности, особено в региони, които са силно зависими икономически от туризма. Местните общности могат да се превърнат в сериозен партньор за налагането на нови дестинации с техен специфичен дух, забележителности и традиции, които да предложат пълноценна почивка и интересни преживявания

Препоръките към публичните институции по отношение на процеса на дигитална трансформация в туризма са в няколко основни направления:

- Стимулиране на МСП да участват в трансформацията чрез намаляване на бариерите и увеличаване на възможностите за това, за да се постигнат нови начини на работа, нови подходи към управлението на процесите и създаването на нова дигитална институционална култура
- Активно да водят процеса на дигитална трансформация чрез задаване на рамката за подкрепа на нови бизнес модели, вериги на стойността и екосистеми. Подкрепата за иновации и изграждане на капацитет може да се осъществи чрез създаване на технологични инкубатори, акселератори, ментори и мрежи. Да се модернизират регулациите за подкрепа на иновации и конкурентна среда
- Окуражаване на прехода и инвестициите в дигитални технологии. Подобряване на достъпа до човешки ресурси, умения и информация, с цел осъзнаване на възможностите, ползите от новите технологии, както и изграждане на капацитет за участие в новосъздаващите се дигитални екосистеми. Прилагане на таргетирани подходи към регулации, инвестиции и стимули, които да отговарят

на нуждите на дигиталния бизнес. Подкрепата за първоначални инвестиции е важна за стартирането на процеса на трансформация

- Въвеждане на иновации в бизнес модели и екосистеми чрез използване на анализ на бази данни, облачни технологии, блокчейн, изкуствен интелект и др
- Увеличаване на покритието на широколентов интернет и дигитална инфраструктура за бизнеса и потребителите. Окуражаване на публично-частното партньорство и сътрудничеството с научни и изследователски институции за споделяне на знание, иновации и управление на процеси

Могат да се посочат редица примери за постигане на диверсификация на туризма в съчетание с увеличаване на приобщаващата му роля:

- Тематичен туризъм – може да се използва за промотиране на локална традиционна кухня, винарски изби, както и естествено, културно и индустриално наследство.
- Общностен и местен туризъм, който играе важна роля за промотиране и поддържане на традиционни изкуства, занаяти и култура, както и обичаи, като това обикновено привлича сериозен интерес от страна на посетителите.
- Фестивален туризъм – събитията могат да са кулинарни, спортни, музикални. Използва се за повишаване на привлекателността и конкурентоспособността на дестинациите, като може да намали сезонността.
- Туристически кълстери и инкубатори – улесняват сътрудничеството между туристическия бизнес и научни, изследователски и занимаващи се с трансфер на знания институции, като спомагат за изграждане на капацитет за предоставяне на професионални консултантски услуги.
- Налагане на туристически маршрути – пешеходни, велосипедни, поклоннически. Това е туризъм с относително ниски разходи, който може да спомогне за развитие на дестинациите чрез по-ефективно използване на съществуващата инфраструктура

Анализът в предходните части позволява да се формулират някои основни приоритети и да се дефинират мерки, които могат да се използват за създаване на дългосрочна стратегия за развитие на туризма до 2040 г.

Можем да очертаем етапите на организационна стратегия за преодоляване на последствията от кризата.

*Фаза 1 разглежда излизането от кризата, като се предлагат следните политики:*

- ✓ Висок приоритет на разходите за здравеопазване – фокусиране върху производството, разпространението и равнопоставения достъп до ваксиниране.
- ✓ Фокусирана подкрепа от страна на правителството, която да се базира на анализ и стрес-тестове на засегнатите сектори, както и на степента на проявление на пандемията.
- ✓ Макропруденциалната политика да се съобразява със степента на риск по отношение на финансовата стабилност в конкретната страна, както и с влиянието на банковия и небанковия финансов сектор върху икономическото развитие. Рисковете могат да се увеличат при продължаване на пандемията след периода на изтичане на мораториумите върху плащане на главници и лихви по кредитите.

*Фаза 2 има средносрочен характер, разглежда подсигурияването на устойчиво възстановяване, като мерките ще трябва да адресират с предимство сектори, в които се наблюдават загуби с постоянен характер, какъвто е туризмът:*

- ✓ Предотвратяването на фалита на голям брой компании по време на кризата ще трябва да се преориентира към фокусирана подкрепа за компании, при които търсенето се възстановява по-бавно, отколкото в останалите сектори.
- ✓ Политиките на пазара на труда е необходимо да се фокусират към избягване на дългосрочна безработица, като се съчетаят с преквалификация и повишаване на уменията.
- ✓ Вниманието да се фокусира върху образованието, посещаването на учебни занятия, повишаването на качеството на човешкия капитал. Това изисква увеличаване на разходите за обучение и образователна инфраструктура.
- ✓ Възобновяване на усилията за реструктуриране на икономиката и адресиране на проблемите, които се наблюдават преди кризата. Необходимо е да се постигне баланс, като е ясно, че компаниите от сектора на услугите, особено тези в туризма, се нуждаят от по-продължителна подкрепа, която постепенно да бъде намалявана.
- ✓ Малките компании са засегнати по-силно, което създава предпоставки за увеличаване на концентрацията и монополизиране на сектори. Поради тази причина е необходимо да се увеличат усилията за осигуряване на конкурентна среда

*Фаза 3 е дългосрочна, което предполага международна координация и фокусиране върху политики за адресиране на климатичните промени и дигитализация:*

- ✓ Политики за повишаване на производителността и растежа, чрез подобряване на рамката за правене на бизнес, повишаване на ефективността на публичните разходи, освобождаване на фискално пространство за финансиране на дигиталната трансформация на икономиката, чрез инвестиции в дигитална инфраструктура и дигитални умения на човешкия капитал
- ✓ Политики за адресиране на климатичните промени чрез въвеждане на такси за продукти с по-висок въглероден отпечатък, инвестиции в „зелена инфраструктура“, финансиране на „зелена“ изследователска и развойна дейност, социални трансфери за осигуряване на справедлив преход за засегнатите от промяната, които не могат бързо да се приспособят.

Стратегията може да има следната мисия: „Създаване на условия за устойчиво развитие на дестинацията и туристическите райони, повишаване на конкурентоспособността на туристическия сектор и качеството на туристическия продукт, **чрез използването на възможностите на „Зелената сделка“ и дигиталната трансформация**, на основата на партньорство между всички заинтересовани страни“.

Като втори специфичен съдържателен акцент на мисията може да бъде добавен:

„Развитието на туризма изисква устойчивост, която да кореспондира с целите на „Зелената сделка“, дигиталната трансформация и кръговата икономика. Усилията трябва да се насочат към създаване на условия за достъпен и по-устойчив транспорт, по-добра свързаност, интелигентно управление на туристическите потоци въз основа на анализи и надеждна информация, както и разнообразяване на предлагането на туристически услуги с използването на нови дигитални технологии“.

Необходимо е да се актуализират стратегическите цели чрез добавяне на следните:

- **Стратегическа цел 5. Извършване на дигитална трансформация на туристическата екосистема и развитие на „зелен“ и приобщаващ туризъм.**
- **Стратегическа цел 6. Създаване на постоянен механизъм за управление на кризи в туризма.**

Като следваща стъпка можем да предложим, без претенции за изчерпателност, подцели и мерки към тези стратегически цели, за да спазим начина на организация на стратегията.

Стратегическа цел 5. Извършване на дигитална трансформация на туристическата екосистема и развитие на „зелен“ и приобщаващ туризъм

Подцел 1. Инициране и подкрепа от институциите в Република България за разработване на Стратегия на ЕС за развитие на устойчив туризъм

Мярка 1.1 Формулиране на конкретни и измерими стратегически и ориентирани към постигането на резултати цели

Мярка 1.2 Строго формулиране и приемане на финансиране по източници и инструменти

Мярка 1.3 Конкретизиране на бюджетна линия за развитие на устойчив туризъм в многогодишните финансови рамки на ЕС

Мярка 1.4 Приемане на национални планове за действие за туристическата екосистема за осъществяване на двойния преход към дигитална и зелена икономика

Мярка 1.5 Териториалните стратегии в рамките на политиката за сближаване спомагат за развитие на регионите да включват подпомагане на предприятията в областта на туризма и свързаните с тях услуги

Анализът на ситуацията, направен в първа глава на текста, както и посочените инициативи на европейските институции доказват, че е необходима наднационална координация на ниво ЕС. Поради това включваме тази подцел, която изисква активна роля и инициативност при участието в различните формати на ниво ЕС. Обща стратегия на ЕС, която съдържа конкретни цели, измерва приноса на отделните страни в изпълнението им, като използва наличните финансови инструменти, може да подпомогне запазването на водещата роля на Европа като най-търсената туристическа дестинация. Това ще гарантира необходимото внимание към проблемите в сектора, както и отделянето на необходимия финансов ресурс.

*Подцел 2. Включване на туристическата екосистема в Националния план за възстановяване и устойчивост*

Мярка 1.1 Дефиниране на интервенциите в подкрепа на туризма в националния план

Мярка 1.2 Конкретно посочване на размера на финансирането за туристическия сектор в рамките на плана

Мярка 1.3 Оценка на приноса на интервенциите в туристическия сектор в рамките на плана за икономическия растеж и заетостта

Тази подцел е необходима, поради силното негативно влияние на кризата върху туризма, което беше анализирано в предходните части. Ползите от тази подцел са ясни – подпомагане на оцеляването на сектора, по-бързото му възстановяване и гарантираното му място в процесите на трансформация на икономиката за изпълнението на общите цели на ниво ЕС.

*Подцел 3. Изграждане на туристическа екосистема, която е по-ресурсно ефективна и с нисък въглероден отпечатък, както и ускоряване на дигиталната трансформация в посока приспособяване на веригата на стойността в туристическата екосистема към принципите на кръговата икономика*

Мярка 1.1 Разработване на национална политика, която подкрепя дигиталната трансформация на дестинации, компании, заети и активно търсещи работа. Фокусиране на приоритетите в посока ниски емисии, „зелена икономика“ и устойчивост на климатичните промени. Прилагане на таргетиращи подходи към регулации, инвестиции и стимули, които да отговарят на нуждите на дигиталния бизнес.

Мярка 1.2 Създаване на интерактивна карта на туристическата екосистема, която да дава достоверна информация какви видове туризъм преобладават в отделните части на страната, кои са относителните им предимства, как се съчетават с възможности за други видове туризъм

Мярка 1.3 Създаване и анализ на големи бази данни в реално време в сектора на туризма. Дефиниране на профили в туризма, извършване на проучвания, изследвания и прогнози на търсенето и предлагането

Мярка 1.4 Разработване на финансови инструменти за подкрепа и стимулиране на дигиталната трансформация, които се съобразяват с изискванията на „зелената“ и кръговата икономика

Мярка 1.5 Въвеждане и утвърждаване на нови профили и професии, включително в туристическата екосистема, в областта на: киберсигурност, анализ на големи бази от данни, масивите от данни като наука

Мярка 1.6 Подкрепа за търсещите работа за придобиване на нови умения в областта на: разработване на нови продукти и услуги в рамките на туристическата екосистема, които отговарят на принципите на зелената, дигиталната и кръговата икономика

Мярка 1.7 Адресиране на структурните проблеми в сектора, избягване на връщането към пренаселени туристически дестинации и атракции, чрез прилагането на нови бизнес модели, използване на иновации, дигитализация и подобряване на свързаността

Подцел 3 е с висока степен на полезност. Мерките в нея конкретно дефинират необходимата последователност от действия в средносрочен и дългосрочен период, които да позволят да бъде извършена двойната трансформация в сектора – „зелена“ и дигитална.

## **Стратегическа цел 6. Създаване на постоянен механизъм за управление на кризи в туризма**

*Подцел 1. Инициране на действия на ниво ЕС за превенция и управление на кризи в туризма*

Мярка 1.1 Приемане на общи стандарти на ниво ЕС за ограничения за пътуване, хигиенни и санитарни норми в туристическата екосистема, както и здравни протоколи.

Мярка 1.2 Извършване на сертифициране и получаване на етикет „Сигурен и здравословен“, като се провеждат партньорски проверки по отношение на спазването на протоколите, както и одити от реномирани организации в тази област

Мярка 1.3 Формулиране на последователни и прозрачни критерии за оценка на рисковете в страните-членки, които дават точна, коректна и навременна информация на гражданите за ситуацията и развитието ѝ

Мярка 1.4 Разработване и одобряване от ЕК на стандартни схеми за държавна помощ, които да се задействат при кризисна ситуация

Стратегията е национален документ, но нейната ефективност ще бъде значително по-ниска, ако не се потърси синергия с адекватни действия на европейско ниво. Пандемията и липсата на готовност на европейски и национални институции за бърза и адекватна реакция доказват, че подобен механизъм е необходим. Той би увеличил доверието в институциите, както и би дал сигурност на бизнеса и потребителите, че няма да се стига

до некоординирани реакции, които водят до както психологически, така и материални значителни негативни ефекти.

*Подцел 2. Създаване на национален механизъм за управление на кризи в туризма*

Мярка 1.1 Определяне на координатор в лицето на отговорен вицепремиер

Мярка 1.2 Разработване на нормативна уредба с последователност от действия и срокове за реакция при кризи

Мярка 1.3 Разработване на стандартни схеми за подкрепа и източници на финансиране, които да се използват при кризисна ситуация

Мярка 1.4 Създаване на онлайн платформа за споделяне на информация и най-добри практики за оцеляване и рестартиране на компаниите в сектора в случай на криза

Мярка 1.5 Подобряване на оценката на риска от правителството и бизнеса и изграждане на механизъм за координация

Мярка 1.6 Създаване на работни групи и специализирани звена, включително в региони с най-голям принос на туризма в икономическото развитие, както и заинтересовани представители на частния сектор и организации на потребителите

Очакваните ефекти от изпълнението на тази подцел са аналогични на предходната. Управлението на рискове и кризи са важна част от държавността, институционалната култура и способността да се предизвиква доверие. Необходимият финансов ресурс е умерен.