НАРОДНО СЪБРАНИЕ
Вх.No 49-354-04-131
Дата 19 / 07 2023г.

ЧРЕЗ

ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА

НАРОДНОТО СЪБРАНИЕ

ДО

ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА

КОМИСИЯТА ПО

БЮДЖЕТ И ФИНАНСИ

УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ПРЕДСЕДАТЕЛ,

На основание чл. 80, ал. 1 от ПОДНС внасяме предложение за изменение на приетия на първо гласуване Закон за държавния бюджет на Република България за 2023г. №49-302-01-44 внесен от Министерски съвет на 05.07.2023г.:

§ 1. В чл. 1 се правят следните изменения:

1. В ал. 1, т. 1 ПРИХОДИ, ПОМОЩИ И ДАРЕНИЯ сумата **40 805 564,6** се заменя с **40 820 564,6**

2. В ал. 1, т. 1.4 Данък върху добавената стойност сумата **17 005 000, 0** се заменя с **17 020 000, 0**

§ 2. В чл. 22 се правят следните изменения:

В ал. 1, раздел II РАЗХОДИ, сумата **28 254,5** се заменя с **43 254,5**

В ал. 1, раздел II РАЗХОДИ, т. 1 Текущи разходи сумата се **28 083,5** заменя с **43 083,5**

В ал. 1, раздел III БЮДЖЕТНИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ (ТРАНСФЕРИ) – (+/-), сумата **22 458,7** се заменя с **37 458,7**

В ал. 1, раздел III БЮДЖЕТНИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ (ТРАНСФЕРИ) – (+/-), т. 1 Бюджетни взаимоотношение с централния бюджет (+/-) сумата **22 458,7** се заменя с **37 458,7**

В ал. 2, т. 1 Политика в областта на устойчивото развитие на туризма, сумата **24 692,9** се заменя с **39 692,9**

Вносители:

Цонко Цонев

Деян Николов

Борис Димитров Младенов

Мотиви

Туризмът като масово явление възниква през първата половина на миналия век. Обект на туристическото потребление са преди всичко услугите, а след това стоките. Съществуването на много туристически места, тяхното географско разположение, забележителностите и предлагането им остават неизвестни, ако те сами не се изявят къде се намират и с какви ценности разполагат. Засега главно чрез рекламата туристическите места и предлаганите услуги и стоки стават достояние на милионите активни и потенциални туристи.

Особеностите на туристическото потребление и конкуренцията на туристическия пазар обуславят необходимостта от реклама. Чрез нея се упражнява известно въздействие върху колебанията на търсенето със задача в момента и в перспектива то да бъде насочено към отделна страна, район, място или към отделни видове туризъм. Целта е да се извърши потребление на отделен вид услуги и стоки, произведени от различни туристически организации.

В съответствие с „Национална програма за развитие България 2030“, българският туристически продукт има нужда от агресивна целева реклама. Благодарение на благоприятното си географско разположение и балансиран климат с 4 сезона, в съчетание с рядката си комбинация от разнообразна природа, богато културно наследство, струпване на безброй забележителности и възможности за различни занимания на неголяма територия, България притежава всички предпоставки за много конкурентна европейска туристическа дестинация.

В разходната част на проектобюджета на министерството на туризма за 2023 г. са посочени 28,254 млн. лева. За национална реклама на туризма са предвидени близо 19 млн. лева, а нашите преки конкуренти, като Турция и Гърция, разполагат съответно с над 511 милиона лева и 250 милиона лева. За да бъдем адекватни на туристическия пазар, ние трябва да разполагаме със съответните средства за реклама

Във връзка с гореизложеното правя предложение, сумата от националния бюджет предвидена за национална реклама на туризма да се увеличи с 15 млн. лева.

Вносители:

Цонко Цонев

Деян Николов

Борис Димитров Ангушев