НАРОДНО СЪБРАНИЕ
Вх. № 49-354-04-332
Дата: 15 / 12 2023

ЧРЕЗ
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА
НАРОДНОТО СЪБРАНИЕ
ДО
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА
КОМИСИЯТА ПО
БЮДЖЕТ И ФИНАНСИ

14.01 фп

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 2024г. № 49-302-01-76 внесен от Министерски съвет на 24.11.2023г.

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

1. В ал. 1, т. 1 ПРИХОДИ, ПОМОЩИ И ДАРЕНИЯ сумата **43 280 417,7** се заменя с **43 295 417,7**

2. В ал. 1, т. 1.4 Данък върху добавената стойност сумата **18 500 000,0** се заменя с **18 515 000,0**

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

В ал. 1, раздел II РАЗХОДИ, сумата **28 342,3** се заменя с **43 342,3**

В ал. 1, раздел II РАЗХОДИ, т. 1 Текущи разходи сумата се **28 342,3** заменя с **43 342,3**

В ал. 1, раздел III БЮДЖЕТНИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ (ТРАНСФЕРИ) – (+/-), сумата **18 896,4** се заменя с **33 896,4**

В ал. 1, раздел III БЮДЖЕТНИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ (ТРАНСФЕРИ) – (+/-), т. 1 Бюджетни взаимоотношение с централния бюджет (+/-) сумата **18 896,4** се заменя с **33 896,4**

В ал. 2, т. 1 Политика в областта на устойчивото развитие на туризма, сумата **24 822,9** се заменя с **39 822,9**

Вносители:

Борис Ладжнов

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 2024 г. са посочени 24 822 900 лева. За национална реклама на туризма са предвидени 20.6 млн. лева, а най-големият конкурент на българския туризъм – Гърция ще разполага с общ бюджет за интегрирано и устойчиво развитие на туризма, финансирани от Националния план за възстановяване и устойчивост в размер на 387.24 милиона евро

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:

Борис Ангелов