

ПРОЕКТОБЮЖЕТ ЗА 2026 г.
БЮДЖЕТНА ПРОГНОЗА ЗА ПЕРИОДА 2027-2028 г.
НА МИНИСТЕРСТВО НА ТУРИЗМА
В ПРОГРАМЕН ФОРМАТ

(ПО ОБЛАСТИ НА ПОЛИТИКА И БЮДЖЕТНИ ПРОГРАМИ)

Юни 2026 г.

С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е

I. МИСИЯ 3

II. ОРГАНИЗАЦИОННО РАЗВИТИЕ И КАПАЦИТЕТ 6

III. ВИЗИЯ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ПОЛИТИКАТА В ОБЛАСТТА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА 9

IV. ОСНОВНИ ПАРАМЕТРИ НА ПРОЕКТОБЮДЖЕТА ЗА 2026 Г. И НА АКТУАЛИЗИРАНАТА БЮДЖЕТНА ПРОГНОЗА ЗА ПЕРИОДА 2027-2028 Г. 26

V. ОПИСАНИЕ НА БЮДЖЕТНИТЕ ПРОГРАМИ И РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВЕДОМСТВЕНИ И АДМИНИСТРИРАНИ РАЗХОДИ 323

7100.01.01 БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА „ПОДОБРЯВАНЕ НА ПОЛИТИКИТЕ И РЕГУЛАЦИИТЕ В СЕКТОРА НА ТУРИЗМА” 34

7100.01.02 БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА "РАЗВИТИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ТУРИСТИЧЕСКА РЕКЛАМА И МЕЖДУНАРОДНО СЪТРУДНИЧЕСТВО В ОБЛАСТТА НА ТУРИЗМА" 59

7100.02.00 БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА "АДМИНИСТРАЦИЯ" 85

I. МИСИЯ

Министерство на туризма /МТ/ ориентира дейността си към постигане на устойчиво развитие на сектора с ясен стремеж за достигане на по-голям относителен дял от БВП. Мисията на Министерството на туризма е да води ясна и прозрачна туристическа политика, която защитава държавния и обществения интерес и е основана на европейските принципи.

Визията на политиката за устойчиво развитие на туризма е България да бъде конкурентна туристическа страна, която предлага продукт с високо качество в четири сезона, реализира устойчив растеж, развива местните общности, като същевременно се опазват природните и културните ресурси. Политиката за устойчиво развитие на туризма цели повишаване на конкурентоспособността на този сектор и по-доброто позициониране на бранд България и на българския туристически продукт.

Политиката по устойчиво развитие на туризма се гради върху пет стълба, които именно са в състояние да доведат до повишаване на секторната и при мултиплициращ ефект на свързаните индустрии и на общата конкурентоспособност на икономиката ни: свързаност, достъпност, кадрово обезпечаване и качество на туристическия продукт, реклама и маркетинг, инвестиции в материална база, финансови инструменти и околна среда. Интегрираното реализиране на политиката за устойчиво развитие на туризма в посочените пет направления ще доведе до насърчаване на вътрешния туризъм и възстановяване и увеличаване на туристическите посещения на чужденци в България, и оттам повишаване на броя на нощувките и на приходите от туризъм и свързани с него дейности. Тя е в подкрепа на цялостното устойчиво икономическо развитие на страната.

МТ ще работи за създаване на условия за устойчиво развитие на дестинацията и туристическите райони през четирите сезона, повишаване на конкурентоспособността на туристическия сектор и качеството на туристическия продукт, на основата на партньорство между всички заинтересовани страни. Ще бъде развивана и прилагана целенасочена и последователна туристическа политика за създаване на благоприятна политическа, правна, икономическа, екологична, социо-културна и технологична среда за развитие на устойчив туризъм, конкурентоспособен туристически сектор и качествен туристически продукт.

Мисията следва да бъде изпълнена чрез:

Реализирането на тази политика изисква целенасочено позициониране на България на приоритетни и перспективни емитивни пазари като привлекателна, сигурна, достъпна и качествена туристическа дестинация. Необходимо е страната да бъде представяна чрез ясен и разпознаваем бранд, насочен към конкретни целеви групи туристи и към продукти с потенциал за растеж - морски, културен, СПА и уелнес, здравен, планински, природолюбителски, винено-кулинарен, градски, събитиен, конгресен и други форми на целогодишен туризъм.

В тази връзка националната реклама следва да бъде преосмислена и развивана като интегрирана маркетингова политика, основана на измерими резултати, целево планиране и ефективно използване на публичния ресурс. Необходимо е прилагане на по-фокусиран бранд мениджмънт, по-добро таргетиране на пазарите и по-активно партньорство с туристическия бизнес, общините, организациите за управление на туристическите райони и други заинтересовани страни. Привличането на частни средства и съвместното финансиране на маркетингови инициативи следва да се насърчават при ясни правила, прозрачност и измерим ефект.

Дигиталният маркетинг ще има водещо значение през периода на бюджетното планиране. Онлайн каналите се превръщат в основна среда за информиране, избор, планиране и покупка на туристически услуги. Поради това комуникацията на дестинация България следва да бъде по-фокусирана, таргетирана и резултатно ориентирана, с ясно проследяване на ефекта от кампаниите, поведението на потребителите и възвръщаемостта на вложените средства. Дигиталната реклама, съдържанието за конкретни пазари, социалните мрежи, платформите за пътувания и партньорствата с онлайн посредници следва да бъдат неразделна част от националната маркетингова политика.

Подобряването на свързаността и достъпността е ключов фактор за развитието на входящия туризъм. Националната реклама и маркетингът имат значително по-висок ефект, когато са съчетани с реални възможности за достъп до дестинацията. Поради това Министерството ще работи за насърчаване на развитието на чартърни и редовни въздушни линии, за по-добра координация с летищни оператори, туроператори и превозвачи, както и за мерки, насочени към подобряване на транспортната достъпност на туристическите райони. Въздушната свързаност има особено значение за международните пазари, а сухопътната достъпност — за близките регионални пазари и за вътрешния туризъм.

Министерството ще развива дългосрочни партньорства на международно, национално, регионално и местно равнище. Сътрудничеството с международни организации, държавни институции, общини, туристическия бизнес, неправителствения сектор и местните общности е необходимо условие за ефективно управление на дестинациите и за създаване на по-конкурентен туристически продукт. Особено значение ще има консолидираният подход при представянето на България на международни туристически изложения, като участието в тях следва да бъде обвързано с ясни цели, приоритетни пазари, измерими резултати и единна визия на националната маркетингова политика.

Кадровото обезпечаване на сектора е друг основен приоритет. Туризмът е трудово интензивен сектор и качеството на туристическия продукт зависи пряко от наличието на подготвени, мотивирани и задържани кадри. Министерството ще насърчава политики, свързани с професионалното образование, партньорствата между образователните институции и бизнеса, повишаването на квалификацията, привличането на млади хора и

създаването на възможности за професионална реализация в туристическите райони. Това има значение не само за сектора, но и за местните общности, заетостта и ограничаването на обезлюдяването.

Съществен елемент на политиката е и повишаването на качеството, безопасността и достъпността на туристическите услуги. Министерството ще работи за създаване на механизми за по-реално измерване на качеството на туристическия продукт, за подобряване на стандартите на обслужване и за насърчаване на предлагането на безопасни, достъпни и устойчиви туристически услуги. Повишаването на качеството е необходимо условие за привличане на по-платежоспособни туристи, удължаване на престоя, увеличаване на приходите и подобряване на репутацията на България като туристическа дестинация.

Политиката на Министерството в областта на устойчивото развитие на туризма включва и развитие на институционалната и нормативната рамка за управление на сектора, съобразена със значението му за националната икономика и с европейските насоки за устойчиво развитие на туристическите дестинации. Целта е да се осигури по-ефективно управление, по-добра координация между институциите, облекчен достъп за чуждестранни туристи, по-висока конкурентоспособност на България и по-добри условия за устойчив растеж на сектора.

Изпълнението на тази политика предполага наличие на достатъчен административен, експертен и финансов капацитет. За да бъдат постигнати заложените цели — повишаване на туристическите посещения, ръст на нощувките, по-високи приходи, удължаване на сезона, развитие на туристическите райони и увеличаване на приноса на туризма към БВП — е необходимо Министерството да разполага с ресурс за ефективно планиране, анализ, координация, международно сътрудничество, маркетинг, контрол и партньорство с бизнеса и местните власти. Само при такава ресурсна обезпеченост политиката за устойчиво развитие на туризма може да доведе до реални, измерими и устойчиви резултати за сектора и за икономиката на страната.

II. ОРГАНИЗАЦИОННО РАЗВИТИЕ И КАПАЦИТЕТ

За периода на проектобюджета за 2026 г. и актуализираната бюджетна прогноза за 2027–2028 г. основен приоритет в работата на Министерството на туризма ще бъде провеждането на политика, основана на икономическа обоснованост, целесъобразност, яснота и прозрачност в управлението на туристическия сектор, защита на държавния и обществения интерес, стратегически подход при вземането на решения, публичност, откритост и активен диалог с бизнеса, синдикатите, браншовите и неправителствените организации, медиите и всички заинтересовани страни. Дейността на администрацията ще бъде насочена към създаване на условия за устойчив икономически растеж, заетост и повишаване на ефективността при изпълнение на държавната политика в областта на туризма.

В областта на управлението на човешките ресурси Министерството ще работи за устойчиво повишаване на административния капацитет, включително чрез оптимизиране на структурата на администрацията към министъра на туризма, по-добро разпределение на функциите и повишаване на ефективността на вътрешните процеси. Приоритет ще бъде и същественото подобряване на качеството на административното обслужване на гражданите и бизнеса, като се търси по-добра организация на работата, по-висока отговорност на структурните звена и по-ефективно използване на наличния човешки ресурс.

Министерството ще насочи усилията си към подобряване на мотивацията, развитието и задържането на служителите, тъй като наемането, задържането и професионалното развитие на квалифициран персонал са ключови за ефективното функциониране на администрацията. В тази връзка ще се прилагат добри практики в областта на управлението и развитието на човешките ресурси, включително чрез участие в проекти, обучения и други инициативи, насочени към повишаване на професионалната компетентност. Ще бъдат създавани механизми за насърчаване на служителите да развиват своите способности, да придобиват нови знания и умения и да допринасят по-ефективно за изпълнението на целите на администрацията.

Особено внимание ще бъде отделено на привличането на висококвалифицирани и образовани служители, които да изпълняват ефективно възложените им функции и да подпомагат министъра на туризма при постигането на стратегическите цели в сектора. Министерството ще се стреми към по-тясно обвързване на възнагражденията с постигнатите резултати, индивидуалния принос и качеството на изпълнение, при спазване на приложимата нормативна рамка и наличните бюджетни възможности. Наред с това ще се работи за подобряване на работните взаимоотношения, основани на етичните правила, професионалното поведение, отговорността и стандартите, присъщи на държавната администрация.

Министерството ще продължи да прилага стратегията за управление на риска и ще развива механизми за мониторинг на дейностите, при които съществува възможност за нарушение на установените правила, процедури и законови изисквания. Особен акцент ще бъде поставен върху постигането на пълен интегритет, превенцията на корупционен натиск и

устойчивостта на администрацията спрямо рискове, които могат да засегнат законосъобразното, ефективно и прозрачно изпълнение на функциите ѝ.

Дейността на администрацията, ръководителите и служителите ще се осъществява при стриктно спазване на принципите на законност, откритост и достъпност, отговорност и отчетност, ефективност и ефикасност, субординация и координация, предвидимост, обективност и безпристрастност. Прилагането на тези принципи е необходимо условие за повишаване на доверието в администрацията, за подобряване на качеството на управленските решения и за ефективното изпълнение на държавната политика в областта на туризма.

Утвърдената щатна численост на Министерството на туризма е 131 щатни бройки, от които 115 по служебно и 16 по трудово правоотношение. Към 30.04.2026 г. заетите щатни бройки са общо 99, а незаетите длъжности са 32, от които 28 по служебно и 4 по трудово правоотношение. Тези данни показват значителен дял на незаети позиции, но същевременно следва да се отчете, че наличието на незаети щатни бройки не означава автоматично наличие на свободен финансов ресурс. В условията на ограничен бюджет по показател „Персонал“ част от възникващите икономии практически се използват за обезпечаване на възнагражденията на реално заетия персонал и за покриване на натрупани структурни дисбаланси.

С цел оптимизиране на работата на администрацията ще бъде извършена преоценка на структурната целесъобразност, ефективността и ефикасността на управлението на процесите по прилаганите бюджетни политики съгласно действащия Устройствен правилник на Министерството на туризма, приет с Постановление № 63 на Министерския съвет от 26.04.2022 г., обн., ДВ, бр. 34 от 03.05.2022 г. Тази преоценка ще има за цел да установи възможностите за по-добро функционално разпределение, ограничаване на дублиращи се дейности, подобряване на вътрешната координация и по-ефективно използване на наличния човешки и финансов ресурс.

Представените с настоящия проектобюджет на Министерството на туризма за 2026 г. и актуализираната бюджетна прогноза за периода 2027–2028 г. предложения по показател „Персонал“ отразяват реалното състояние на управлението на човешките ресурси във ведомството, както и съответните допускания, натрупани ефекти и неблагоприятни обстоятелства, формирани във времето. Те отчитат не само утвърдената щатна численост, но и фактическата заетост, текучеството, затрудненията при привличане на квалифицирани служители, необходимостта от задържане на експертен капацитет и потребността от нормално финансово обезпечаване на функциите на министерството.

Министерството на туризма подкрепя общата мярка за засилване на бюджетната дисциплина, оптимизиране на разходите и по-ефективно управление на публичния ресурс. Ведомството разбира необходимостта от ограничаване на неефективни разходи и от търсене на вътрешни резерви в рамките на утвърдените бюджетни параметри. Същевременно реалистичният подход за конкретното ведомство е насочен към запазване на необходимия минимум за изплащане на възнагражденията и задължителните осигурителни вноски на

действащите служители, като при възможност се осигури допълнителен ресурс за преодоляване на натрупаните дисбаланси, за привличане и задържане на квалифицирани кадри и за гарантиране на нормалното функциониране на администрацията.

Прилагането на бюджетна дисциплина следва да се осъществява чрез реалистични и изпълними мерки, които не създават риск за изпълнението на законовите правомощия на министъра на туризма и за провеждането на държавната политика в сектора. В този смисъл оптимизацията на структурата, прегледът на функциите, подобряването на вътрешната организация и по-ефективното планиране на ресурсите са необходими управленски мерки. Те обаче не могат да заместят необходимостта от адекватно обезпечаване на разходите за персонал, когато съществуващият финансов ресурс вече е недостатъчен за покриване на реалните потребности на действащата администрация.

III. Визия за развитието на политиката В ОБЛАСТТА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА

Визията на политиката за устойчиво развитие на туризма е България да се утвърди като предпочитана, конкурентна и разпознаваема туристическа дестинация през четирите сезона, предлагаща качествен, разнообразен и устойчив туристически продукт. Развитието на сектора следва да се основава на устойчив растеж, по-висока добавена стойност, развитие на местните общности, опазване на природните и културните ресурси и по-добро позициониране на бранд България на международните и вътрешния туристически пазар.

Политиката за устойчиво развитие на туризма цели повишаване на конкурентоспособността на сектора, разширяване на пазарното присъствие на България, увеличаване на туристическите посещения, ръст на нощувките и приходите от туризъм, както и засилване на икономическия принос на туризма и свързаните с него дейности. Туризмът има значителен мултиплициращ ефект върху редица други сектори - транспорт, търговия, хранене, култура, земеделие, строителство, образование, здравеопазване, услуги и местно развитие. Поради това устойчивото му развитие е пряко свързано с общата конкурентоспособност на икономиката и с възможността за създаване на заетост и доходи в различни региони на страната.

Политиката се основава на пет взаимносвързани стълба: свързаност и достъпност; кадрово обезпечаване и качество на туристическия продукт; реклама, маркетинг и бранд мениджмънт; инвестиции в материална база и финансови инструменти; устойчиво управление на природните, културните и екологичните ресурси. Интегрираното реализиране на мерки в тези направления ще създаде условия за насърчаване на вътрешния туризъм, възстановяване и увеличаване на туристическите посещения от чужденци, удължаване на сезона, повишаване на броя на нощувките и увеличаване на приходите от туризъм и свързани с него дейности.

Присъединяването на България към еврозоната се очаква да има положително въздействие върху възприемането на страната като по-предвидима, по-достъпна и по-лесна за планиране туристическа дестинация за чуждестранните туристи и туроператорите. То следва да бъде използвано и като комуникационен елемент в националната маркетингова политика, включително чрез представяне на България като част от общото европейско икономическо пространство, с по-висока финансова прозрачност, улеснени разплащания и по-добра сравнимост на цените. В съвкупност това може да подкрепи туристопотока и да благоприятства по-широки икономически процеси, включително създаване на устойчива заетост в туристическия сектор и възможности за реализация на българските семейства в местните общности.

Политиката е насочена към формулиране и прилагане на адекватни, измерими и резултатно ориентирани дейности за развитие на сектор Туризъм, при ясно участие на заинтересованите страни и обществен контрол върху изпълнението. В този процес ще се

насърчава активното участие на туристическите организации, браншовите структури, неправителствения сектор, общините, бизнеса и местните общности при формулиране на секторните политики, подготовка на законодателни промени и обсъждане на мерки с пряко значение за развитието на отрасъла. Основен приоритет в работата на ведомството ще бъде прозрачността и подобряването на комуникацията с бизнеса, който създава основната икономическа стойност в сектора. В тази връзка се предвижда създаване на Съвет за реформа на сектора, който да осигури структурирано участие на бранша и по-добра координация при подготовката на нормативни, организационни и пазарни мерки.

Предвижда се създаване на фонд за насърчаване на чартърни полети и привличане на нови авиопревозвачи в рамките на планирания Фонд Бранд България. На пръв поглед това е мярка с разходен характер, тъй като изисква ресурс от държавния бюджет, общински отчисления или друг публично-частен финансов механизъм. Икономическият ефект обаче следва да се оценява не само през първоначалния разход, а през допълнителния туристически поток, реализираните нощувки, потреблението в местната икономика и последващите данъчни постъпления. В представените проекти на управленската програма по ведомства е заложена идея за фонд за директно субсидиране на чартърните линии.

При базов годишен сценарий с ресурс на фонда в размер на **20 млн. евро**, механизмът би могъл да акумулира около **400 000 доведени туристи годишно** с потенциал да мобилизира значителен **пряк допълнителен икономически ефект** в туризма.

Министерството на туризма предлага мерки, които да бъдат разглеждани като част от общ пакет за повишаване на събираемостта в туризма, ограничаване на сивия сектор и преминаване към резултатно ориентирано управление на туристическата политика, а именно:

- ✓ Концесионирането на морските плажове е мярка с пряк ефект върху приходите на Министерството на туризма чрез по-стабилни и предвидими постъпления от концесионни възнаграждения;
- ✓ Модулът за краткосрочно настаняване и гаранционният фонд за туроператорите са мерки за изсветляване на сектора чрез данни, регистрация и проследимост;
- ✓ Фондът за чартърни полети е разходна мярка със значим потенциал за положителна бюджетна възвръщаемост.

Необходимо е да бъде разработен интегриран подход за насърчаване на общ туристически продукт между държавата, общините, бизнеса, организациите за управление на туристическите райони, културните институции и други заинтересовани страни. Целта е различните регионални, културни, природни, СПА, кулинарни, събитийни и градски продукти да бъдат обединени в по-ясна национална рамка, която да позволява по-добро позициониране на България като целогодишна дестинация. Ще бъдат предприети действия за устойчиво развитие на туризма чрез диверсификация на туристическите услуги, повишаване на тяхното качество и добавена стойност и стимулиране на специализираните видове туризъм.

Особено значение ще има развитието на целогодишни и високостойностни туристически продукти - културен туризъм, включително винено-кулинарен туризъм, здравен, балнео, СПА, уелнес и медицински туризъм, планински, природолюбителски, приключенски, градски, конгресен, събитиен, фестивален, религиозен и други специализирани форми. По този начин България ще може да намали зависимостта си от ограничен брой сезони и пазари, да удължи периода на заетост, да повиши приходите на бизнеса и да създаде по-устойчиви възможности за развитие на регионите.

Ще се засилят дейностите, свързани с контрола върху качеството на предоставяните туристически услуги. Разработената и внедрена от Министерството на туризма Единна система за туристическа информация /ЕСТИ/, функционираща в пълния си обхват от декември 2019 г., е важен инструмент за повишаване на прозрачността, изсветляване на сектора и поставяне на конкурентоспособността върху надеждна информационна основа. Необходимо е тези усилия да бъдат продължени и надградени чрез планиране и изграждане на актуална единна национална платформа за данни, анализи, отчетност и прогнозиране. Така ще се осигури по-добра основа за вземане на решения, оценка на ефективността на публичните разходи, анализ на пазари, проследяване на туристопотока и планиране на политики в реално време.

В тази посока следва да се развиват и нови дигитални инструменти, които да подобряват както управлението на сектора, така и преживяването на туристите. Сред тях могат да бъдат включени мобилно приложение на Министерството на туризма за популяризиране на туристически обекти, маршрути, забележителности, музеи и събития; възможности за резервация и закупуване на билети; както и единна платформа за подаване на електронни сигнали за проблеми с туристическата услуга, включително във връзка с плажове, курорти, обслужване, забавяния на полети и други обстоятелства. Подобни инструменти ще повишат доверието на туристите, ще подобрят обратната връзка с институциите и ще създадат по-добри условия за реакция при проблеми.

В съответствие с предвидения ресурс в разходната част ще бъде провеждана ревизирана, целенасочена и измерима маркетингова и рекламна политика на националния туристически продукт. Тя следва да бъде насочена към подобряване на имиджа на България, по-добро позициониране на страната на приоритетни емитивни пазари и по-ефективно използване на публичния ресурс. Националната реклама трябва да бъде изградена върху интегриран бранд мениджмънт, ясно таргетиране на пазари и целеви групи, измеримост на резултатите и активно партньорство с бизнеса, общините, туристическите райони, туроператорите и превозвачите.

В съответствие с Националния план за развитие България 2030 ще бъде популяризиран българският туристически продукт чрез кампании с фокус върху неговите уникални качества, балансираното развитие на туристическите райони и разширяването на туристическото

предлагане извън традиционните летни и зимни пикове. Ще се прилагат интегрирани маркетингови подходи, включително участие с национални и информационни щандове на международни туристически изложения в България и в чужбина, комуникационни кампании на основни целеви пазари, мащабни онлайн кампании, представяне на България като дестинация в еврозоната, организиране на експедиентски и журналистически турове, промотиране на тематични маршрути, работа с инфлуенсъри, влогъри и блогъри, както и акции за насърчаване на продажбите с чуждестранни туроператори, авиокомпании и професионални сдружения.

Дигиталният маркетинг ще бъде водещ инструмент за позициониране на България. Онлайн каналите вече са основна среда за информиране, избор и покупка на туристически услуги. Затова кампаниите следва да бъдат фокусирани, таргетирани и основани на данни, с ясно проследяване на ефективността, поведението на потребителите и възвръщаемостта на вложените средства. Особено внимание следва да се отдели на кампании за вътрешния пазар и за съседни и близки пазари с автомобилен достъп до България, включително Румъния, Сърбия, Турция, както и други пазари в Централна и Източна Европа. Това е особено важно в условия на повишени транспортни разходи и рискове в авиационните превози, при които близките пазари могат да имат стабилизиращ ефект върху туристопотока.

Подобряването на свързаността и достъпността остава ключово условие за развитие на входящия туризъм. Националната реклама има значително по-висок ефект, когато е подкрепена от реални възможности за достъп до дестинацията. В тази връзка следва да се работи за насърчаване на чартърни и редовни въздушни линии, по-добра координация с летищните оператори, туроператорите и авиокомпаниите и създаване на механизми за подкрепа на въздушната свързаност, включително чрез подготовка на подходящи бюджетни инструменти за сезон 2027. За пазарите с автомобилен достъп следва да се използва потенциалът на сухопътната свързаност, включително чрез целенасочена реклама, регионални партньорства и по-добра координация с местните власти.

Важна мярка за по-добро позициониране на България е развитието на туристически представителства или туристически аташета на ключови емитивни пазари. Тяхната роля следва да бъде свързана с поддържане на активни контакти с туроператори, авиокомпании, медии, професионални организации и институции; подпомагане на българския бизнес при достъпа до външни пазари; организиране на представяния, роудшоута и партньорски събития; както и предоставяне на регулярна пазарна информация за нагласите, търсенето и конкурентната среда.

В средносрочен план следва да се работи и за изграждане на по-силна структура за управление на националния бранд. Това включва подготовка на концепция за фонд „Бранд България“, развитие на статут „посланик на туризма“, ангажиране на разпознаваеми личности в промотирането на страната, по-добро представяне на България на международни

туристически борси и форуми, както и търсене на възможности за домакинство или партньорство на големи международни туристически събития. Такива инициативи могат да имат силен репутационен ефект и да подкрепят позиционирането на България като модерна, сигурна и целогодишна дестинация.

Целта на тези мерки е увеличаване на туристопотока в цялата страна и удължаване на сезона на Черноморието. Чрез представяне на разнообразни преживявания - културен и винен туризъм, СПА и балнео, гастрономия, фестивали, природни маршрути, градски и събитиен туризъм - се създава стойност и извън пиковите летни месеци. Това стимулира по-равномерно разпределение на туристопотока, удължава периода на заетост, увеличава приходите за бизнеса и повишава конкурентоспособността на регионите като цялостен туристически продукт.

Политиката включва законодателни и нормативни инициативи, както и конкретни мерки, финансирани от бюджета на Министерството на туризма, от бюджетите на програми и от други финансови инструменти на Европейския съюз, при наличие на такива. Сред важните направления следва да бъдат развитието на дигитализацията на визовия процес и преминаване към електронни визи, където това е приложимо; създаване на по-ефективна рамка за насърчаване на инвестициите; въвеждане на по-бързи и предвидими процедури за значими туристически проекти; както и търсене на възможности за привличане на висококатегорийни международни брандове в туризма.

Министерството на туризма ще продължи действията за повишаване на имиджа на професиите в туризма сред бъдещото поколение професионалисти. Ще се подкрепя изявата на младите хора от професионалните гимназии по туризъм и ще се улеснява контактът им с работодателите, с цел задържането им за работа в България след завършване на образованието. Ще се насърчава развитието на дуалното образование, партньорствата между образователните институции и бизнеса, както и по-тясната връзка между учебните програми и реалните потребности на пазара на труда. В тази връзка следва да се работи и за насърчаване на създаването на асоциация на висшите училища, изучаващи туризъм, която да подобри координацията между университетите, професионалните гимназии, общините и бизнеса.

Кадровото обезпечаване на сектора е ключово условие за повишаване на качеството на туристическия продукт. Туризмът е трудово интензивен сектор, в който качеството на обслужването пряко влияе върху имиджа на дестинацията, повторните посещения и приходите. Затова политиката трябва да подкрепя подготовката, квалификацията, задържането и мотивацията на кадрите, както и да насърчава професионалната реализация на младите хора в регионите. Това има значение не само за туристическия сектор, но и за ограничаване на обезлюдяването, развитие на местните общности и създаване на устойчиви доходи.

Ще се прилага по-гъвкав подход за решаване на дългосрочните структурни проблеми в сектора, с акцент върху свързаността, достъпността, дигитализацията, иновациите, инвестициите в устойчив туризъм и прехода към дигитална и нисковъглеродна икономика. Особено внимание следва да се отдели на ползите за местните общности, устойчивото управление на ресурсите, развитието на туристическа инфраструктура, пешеходни и веломаршрути, по-доброто използване на геотермалните ресурси за балнео и СПА туризъм, осигуряването на медицинско обслужване в курортите и повишаването на сигурността и достъпността на туристическите услуги.

Ще бъдат планирани конкретни мерки и действия по политики, които да подпомогнат и укрепят бизнеса в сектор Туризъм. Това включва активна работа с браншовите организации, срещи с бизнеса и местните власти, интелигентни дигитални рекламни кампании, партньорства с международни организации, работа по изсветляване на сивия сектор, проверки и санкции при неизрядни туроператори, концесионери, хотелиери и ресторантьори, както и насочване на бизнеса към възможности за подкрепа по международни и европейски програми. Ще се насърчава и използването на ваучери за туристически услуги като инструмент за подкрепа на вътрешното търсене, при подходяща нормативна уредба и без създаване на необоснован фискален риск.

Министерството на туризма ще продължи да подпомага бизнеса от сектора при идентифициране на възможности за финансиране и участие в международни и европейски програми. Ще се търси по-добра координация между националните политики, общинските инициативи, туристическите райони и частния сектор, така че публичният ресурс да мултиплицира частни инвестиции и да води до измерим ефект върху посещенията, нощувките, приходите и качеството на туристическия продукт.

На 1 януари 2026 г. Република България пое за втори път председателството на Дунавската стратегия. Министерството на туризма ще има активна роля в този процес чрез организация на събития, развитие на партньорства и изпълване на съществуващото сътрудничество с ново съдържание, съобразено с актуалната европейска и международна среда. Дунавският регион предоставя възможности за развитие на културен, природолюбителски, винено-кулинарен, речен, градски и трансграничен туризъм, както и за по-добро позициониране на България в рамките на регионални и европейски туристически маршрути.

Изпълнението на тази политика изисква адекватен административен, експертен и финансов капацитет. Министерството на туризма няма второстепенни разпоредители с бюджет, а към 30.04.2026 г. утвърдената щатна численост е 131 щатни бройки, при 99 заети и 32 незаети длъжности. В обяснителната записка е отчетено, че ограничените бюджетни ресурси и недостигът на средства за персонал оказват пряко въздействие върху изпълнението

на държавната политика в областта на туризма, включително чрез риск за оперативната дейност на министерството.

Поради това реализацията на визията за устойчиво развитие на туризма следва да бъде обвързана не само с ясни приоритети и конкретни мерки, но и с реалистично ресурсно обезпечаване. За да бъдат постигнати целите за увеличаване на туристопотока, удължаване на сезона, повишаване на качеството, развитие на бранд България, подобряване на свързаността и увеличаване на икономическия принос на сектора, Министерството трябва да разполага с необходимия капацитет за анализ, планиране, координация, международно сътрудничество, маркетинг, контрол и взаимодействие с бизнеса и местните власти. Само при такава ресурсна обезпеченост политиката за устойчиво развитие на туризма може да доведе до реални, измерими и устойчиви резултати за сектора, местните общности и икономиката на страната.

Стратегически и оперативни цели

Стратегическа цел: „Устойчиво развитие на туризма в България“

Стратегическата цел е насочена към създаване на необходимите условия за устойчиво, конкурентоспособно и балансирано развитие на туристическия сектор в България. Нейното изпълнение предполага постигане на баланс между интересите и благополучието на туристите, развитието на местните общности, опазването на природните и културните ресурси и повишаването на икономическата ефективност и конкурентоспособността на дестинацията.

Устойчивото развитие на туризма следва да се разбира като процес, при който туристическият сектор не само увеличава туристопотока, но и създава по-висока добавена стойност, по-добра заетост, по-качествени услуги, по-добро регионално развитие и по-висок принос към икономиката. В този смисъл политиката в областта на туризма е насочена към утвърждаване на България като разпознаваема, сигурна, достъпна и предпочитана дестинация през четирите сезона, с разнообразен и качествен туристически продукт.

Изпълнението на стратегическата цел изисква интегриран подход, който обединява мерки в областта на свързаността и достъпността, националната реклама и маркетинга, дигитализацията, качеството на туристическите услуги, кадровото обезпечаване, инвестициите, развитието на специализирани видове туризъм и по-доброто управление на туристическите райони. Особено значение имат мерките за подобряване на въздушната и сухопътната свързаност, работата с приоритетни емитивни пазари, включително чрез туристически аташета, засилената реклама към вътрешния пазар и съседни държави с автомобилен достъп, както и развитието на дигитални инструменти за популяризиране, обслужване и обратна връзка с туристите.

Оперативни цели/приоритети

1. Създаване на благоприятна институционална, регулаторна, бизнес и екологична среда за развитие на устойчив туризъм

Тази оперативна цел е насочена към изграждане на предвидима, прозрачна и ефективна среда за развитие на туристическия сектор. Тя включва усъвършенстване на нормативната рамка, подобряване на координацията между институциите, бизнеса и местните власти, насърчаване на инвестициите, ограничаване на административната тежест и създаване на условия за по-добро управление на туристическите дейности и ресурси.

В обхвата на тази цел попадат и мерките за изсветляване на сектора, подобряване на контрола, повишаване на доверието в туристическите услуги и създаване на по-добра среда за развитие на малкия, средния и семейния туристически бизнес. Важен елемент е и въвеждането на по-ефективни механизми за взаимодействие с бранша, включително чрез Съвет за реформи в туризма, участие на туристическите организации и по-активен диалог при подготовката на законодателни и управленски решения.

2. Развитие на конкурентоспособен туристически сектор

Тази цел е свързана с повишаване на качеството, добавената стойност и устойчивостта на българския туристически продукт. За постигането ѝ е необходимо развитие на разнообразно туристическо предлагане, което да надгражда традиционния морски и зимен туризъм чрез специализирани форми като културен, СПА и уелнес, балнео, здравен, винено-кулинарен, природолюбителски, приключенски, градски, събитиен, конгресен и други видове туризъм.

Конкурентоспособността на сектора зависи и от качеството на обслужването, професионалната подготовка на кадрите, модернизацията на материалната база, дигитализацията на услугите, сигурността, достъпността и способността на бизнеса да отговаря на променящите се потребителски предпочитания. В този смисъл кадровото обезпечаване е ключов фактор за качеството на туристическия продукт. Необходимо е да се насърчават професионалното образование, дуалното обучение, партньорствата между бизнеса и образователните институции, както и мерките за задържане на младите хора в сектора.

3. Успешно позициониране на България на международния и вътрешния туристически пазар

Тази оперативна цел е насочена към по-добро позициониране на бранд България и към изграждане на ясен, разпознаваем и устойчив образ на страната като целогодишна туристическа дестинация. За целта е необходимо провеждане на целенасочена, измерима и резултатно ориентирана национална маркетингова и рекламна политика, основана на анализ на пазарите, ясни целеви групи, ефективно използване на дигиталните канали и партньорство с бизнеса, общините, туроператорите, авиокомпаниите и туристическите райони.

Особено значение имат мерките за засилена реклама на вътрешния пазар и на близките емитивни пазари, от които туристите могат да пътуват до България с автомобилен транспорт. Това е важно както за насърчаване на вътрешния туризъм, така и като инструмент за

намаляване на риска при неблагоприятна динамика на авиационните превози. Допълнителен инструмент за пазарно позициониране е изпращането на туристически аташета на ключови емитивни пазари, които да подпомагат връзките с туроператори, авиокомпании, медии, институции и чуждестранни партньори.

В рамките на тази цел следва да се развиват и инициативи като фонд „Бранд България“, статут „посланик на туризма“, участие и домакинство на значими международни туристически форуми, роудшоута, експедиентски и журналистически турове, кампании с дигитални създатели на съдържание и активна работа с международни организации. Тези мерки имат значение за подобряване на имиджа на страната, привличане на нови пазари, удължаване на сезона и повишаване на приходите от туризъм.

4. Балансирано развитие на туристическите райони

Тази цел е насочена към по-равномерно териториално разпределение на туристопотока, развитие на местните икономики и намаляване на зависимостта от ограничен брой дестинации и сезони. Балансираното развитие на туристическите райони предполага създаване и популяризиране на интегрирани регионални туристически продукти, които обединяват природни, културни, исторически, СПА, кулинарни, събитийни и други ресурси на територията.

Развитието на туристическите райони следва да бъде подкрепено чрез активна работа с общините, организациите за управление на туристическите райони, бизнеса и местните общности. Целта е да се създадат условия за повече туристически посещения извън традиционните пикови периоди, по-дълъг сезон, по-висока заетост на легловата база, повече приходи за местния бизнес и по-добра устойчивост на регионалните икономики.

Важна роля в тази посока имат дигиталните инструменти за популяризиране на местни обекти, маршрути, музеи, събития и туристически услуги, както и възможността за по-добро планиране чрез единна национална платформа за данни, анализи и прогнозиране. Това ще подпомогне както държавната политика, така и местните власти и бизнеса при вземането на решения.

Полза/ефект за обществото

Очакваните ползи от изпълнението на политиката в областта на устойчивото развитие на туризма могат да бъдат обобщени в няколко основни направления:

На първо място, ръстът на приходите от туризъм е пряко свързан със създаването на по-висока добавена стойност в икономиката и с увеличаване на приноса на сектора към БВП. Туризмът въздейства не само чрез приходите от нощувки, но и чрез разходите за транспорт, хранене, търговия, културни и развлекателни услуги, здравни и СПА услуги, местни продукти и други свързани икономически дейности. По този начин развитието на сектора има

мултиплициращ ефект върху икономиката, подобрява състоянието на платежния баланс, увеличава заетостта, създава доходи и подпомага благосъстоянието на гражданите.

На второ място, развитието на туризма подпомага общините и регионите да постигнат по-висок икономически растеж. Туристическият сектор създава възможности за заетост и предприемачество в населени места извън големите икономически центрове, подкрепя местния бизнес, стимулира инвестиции в инфраструктура, услуги и материална база и допринася за по-балансирано регионално развитие. Това е особено важно за райони с демографски предизвикателства, където туризмът може да бъде инструмент за задържане на млади хора, създаване на доходи и развитие на местните общности.

На трето място, устойчивото развитие на туризма има социален и културен ефект. То съдейства за опазване, популяризиране и икономическо използване на природното, културното и историческото наследство, като същевременно повишава мотивацията на местните общности да го съхраняват и развиват. Разнообразяването на туристическия продукт и развитието на целогодишни форми на туризъм създават условия за по-добро използване на ресурсите и за по-равномерно разпределение на ползите във времето и по територии.

На четвърто място, политиката допринася за повишаване на качеството на публичното управление в сектора. Чрез по-добра координация, прозрачност, дигитализация, анализ на данни, контрол върху качеството и участие на заинтересованите страни се създават условия за по-ефективно планиране и изпълнение на мерките. Това повишава доверието на туристите, бизнеса и местните власти и създава по-добра основа за дългосрочно развитие на сектора.

В обобщение, изпълнението на стратегическата цел „Устойчиво развитие на туризма в България“ и свързаните с нея оперативни цели следва да доведе до по-висока конкурентоспособност на дестинацията, увеличаване на туристическите посещения и нощувките, ръст на приходите, по-добро регионално развитие, повече заетост, по-висока добавена стойност и по-силен принос на туризма към устойчивото икономическо развитие на страната.

Взаимоотношения с други институции, допринасящи за изпълнение на политиката

Изпълнението на политиката се осъществява във взаимоотношение с:

- министерства
- неправителствени организации в туризма
- Национален статистически институт
- областни администрации и общини в Република България

- управляващи органи на програмите на ЕС и програми за трансгранично и транснационално сътрудничество
- професионални гимназии и висши училища

При секторните политики се посочват и други органи и организации, които имат принос.

- ***Отговорност за разпределението на публичните разходи за политиката***
  - *Консолидирани разходи по политиката, които ПРБ разходва пряко чрез бюджета и отговаря за разпределението/разчитането на разходи по други бюджети и ССЕС;*
  - *Информация за финансиране на дейности, услуги и други форми на въздействие за сметка на средства, които се планират и разходват по други бюджети и ССЕС в рамките на КФП, но не са от отговорност на ПРБ.*

- ***Ключови индикатори и целеви стойности (попълва се за всяка област на политика)***

Област на политика: Устойчиво развитие на туризма	**Мерна единица**	**Целева стойност**		
Наименование на индикатора		***Прогноза 2026 г.***	***Прогноза 2027 г.***	***Прогноза 2028***
1. Годишен ръст на броя на туристическите посещения от *чужденци**	% спрямо предходната година	1 % спрямо 2025 г.	1,2 % спрямо 2026 г.	1,5 % спрямо 2027 г.
2. Годишен ръст на броя на *българските* туристи, реализирали нощувки в страната в категоризирани места за настаняване с 10 и повече легла.**	% спрямо предходната година	1% спрямо 2025 г.	1,2% спрямо 2026 г.	1,5% спрямо 2027 г.

3. Принос на туризма и свързани с него икономически дейности към *БВП****	Дял от БВП в %	8,0 %	8,2 %	8,4%

**Отчетени съгласно методологията на Световната организация по туризъм (СОТ), но без транзит.*

***Съгласно методологията на отчитане на НСИ на показателя пренощували лица.*

**** Съгласно методиката на WTTC.*

Основните три индикатора са, както следва:

1. **Годишен ръст на броя на туристическите посещения от чужденци**

Увеличението на броя на туристическите посещения от чужденци е един от важните измерители за напредъка на всяка държава в областта на туризма**.** Показателят е признак, че туристическият продукт повишава качеството си и все повече чуждестранните туристи оценяват този факт и са решили да посетят страната. Увеличеният входящ туристопоток най-често води до по-висока запълняемост на легловата база в местата за настаняване, както и повече приходи от международен туризъм за туристически бранш и за държавата като цяло.

2. **Годишен ръст на броя на българските туристи, реализирали нощувки в страната в категоризирани места за настаняване с 10 и повече легла**

Извън традиционните ползи от развитието на вътрешния туризъм (най-често по-висока заетост на легла, повече приходи от нощувки), вътрешният туризъм има важно значение за развитието на редица дестинации в България като целогодишни. Голям принос за това има уикенд туризма.

3. **Принос на туризма и свързани с него икономически дейности към БВП**

Индикаторът има ключово значение, тъй като измерва икономическите ползи за държавата от развитието на туризма. Показателят „Принос на туризма (пряк, косвен и индуциран) и свързани с него икономически дейности към БВП“ изразява дела от БВП в %, за формирането на които туризмът и свързаните с него икономически дейности допринасят, което води до подобряване на състоянието на платежния баланс, увеличаване на заетостта, понижаване на безработицата и индиректно подобряване на благосъстоянието на живот.

<u>Очаквания за периода 2026-2028 г.</u>

1. **Годишен ръст на броя на туристическите посещения от чужденци**

Както беше вече посочено, увеличението на броя на туристическите посещения от чужденци е един от важните измерители за напредъка на всяка държава в областта на туризма**.** Показателят е признак, че туристическият продукт повишава качеството си и все повече чуждестранните туристи оценяват този факт и са решили да посетят страната. Увеличеният входящ туристопоток най-често води до по-висока запълняемост на легловата база в местата за настаняване, както и повече приходи от международен туризъм за държавата и за туристически бранш като цяло.

По отношение на очакванията по този индикатор в периода на бюджетно прогнозиране и планиране 2026-2028 г. оказва влияние кризата в Близкия изток и допусканите ефекти върху броя на туристическите посещения от чужбина. В началото на периода прогнозите са по-скоро умерено оптимистични поради влиянието върху поведението на потребителите на факторите повишени транспортни разходи и нестабилна геополитическа среда. Исторически в подобни ситуации чуждестранните туристи променят по-скоро начина си на потребление – резервират по-късно, търсят по-бюджетни дестинации, съкращават продължителността на почивката и ограничават допълнителните разходи на място. Това запазва потенциала на България да привлече част от ценово чувствителното търсене от Европа като по-достъпна дестинация спрямо част от конкурентните пазари в Средиземноморието. Т.е. при подходяща национална маркетингова политика спрямо близки емитивни пазари и работата по посока на запазване и надграждане на пазар Израел в условията на кризата, това би довело до повишаване на броя на туристическите посещения от чужденци, измерено с прогнозираните по-горе стойности на този индикатор.

2. **Годишен ръст на броя на българските туристи, реализирали нощувки в страната в категоризирани места за настаняване с 10 и повече легла**

Извън традиционните ползи от развитието на вътрешния туризъм (най-често по-висока заетост на легла, повече приходи от нощувки), вътрешният туризъм има важно значение за развитието на редица дестинации в България като целогодишни. Голям принос за това има уикенд туризма.

В условията на геополитически кризи с ефект върху туристопотока в страната, исторически насърчаването на вътрешния туризъм се определя като силно компенсиращ механизъм за общото състояние на туристическия сектор от икономиката.

Негативното допускане по отношение на вътрешния туризъм е свързано с потребителските предпочитания и наличието на традиционни съседни пазари, които конкурират вътрешния. Прогнозите са умерено оптимистични, като се очаква постепенен ръст при броя на българите, които ще почиват в България, съпроводен с по-слаб ръст при броя на нощувките.

Вътрешният пазар плавно върви и почти достига своя пик, като по отношение на него националната политика трябва да бъде към запазване на интереса на потребителя чрез

насърчаване подобряването на качеството на продукта и разнообразяване на потрфолиото чрез разширяване на предлаганите туристически продукти и услуги чрез развитие на различни видове туризъм, насочени към различни целеви групи, пазари и сезони, с цел намаляване на зависимостта от ограничен брой традиционни туристически продукти и повишаване на устойчивостта и конкурентоспособността на дестинацията.

3. **Принос на туризма и свързани с него икономически дейности към БВП**

Индикаторът, както вече беше посочено, има ключово значение, тъй като измерва икономическите ползи за държавата от развитието на туризма. Показателят „Принос на туризма (пряк, косвен и индуциран) и свързани с него икономически дейности към БВП“ изразява дела от БВП в %, за формирането на които туризма и свързаните с него икономически дейности допринасят, което води до подобряване на състоянието на платежния баланс, увеличаване на заетостта, понижаване на безработицата и индиректно подобряване на благосъстоянието на живот.

Този принос се проявява не само чрез приходите от нощувки, но и чрез разходите за транспорт, хранене, търговия, културни и развлекателни услуги, туроператорска и агентска дейност, както и чрез ефекта върху заетостта, доходите и потреблението в свързаните сектори.

По отношение на очакванията по този индикатор в периода на бюджетно прогнозиране и планиране 2026-2028 г. прогнозата е умерено оптимистична, но с по-предпазлива динамика в началото на периода. Причината е, че приносът на туризма към БВП ще се влияе едновременно от няколко противоположни фактора: очакван ръст на броя на чуждестранните туристи, стабилизиране и умерен ръст на вътрешния туризъм, по-високи цени на туристическите услуги и транспортните разходи, но и вероятно съкращаване на средния престой и по-внимателно потребление от страна на туристите.

Предвид на това се планира промяна в подхода на провеждане на маркетинговата политика на държавата с цел формиране на единна стратегия за национална реклама, която да координира въздействията върху целевите пазари и да подобри видимостта на дестинацията с цел съществено подобряване на показателите по този индикатор със съществено знамение за измерване на състоянието на туристическия сектор и значението му за националната икономика.

И трите индикатора отчитат изпълнението на Стратегическата цел: „Устойчиво развитие на туризма в България“.

От макроикономическа гледна точка туристическият сектор в България е не само важен компонент на брутния вътрешен продукт, но и съществен източник на приходи от международен туризъм, които имат значение за платежния баланс на страната, за заетостта, доходите и развитието на редица свързани икономически дейности. Икономическият ефект на

туризма не се изчерпва с приходите от нощувки, а включва разходите на туристите за транспорт, хранене, търговия, културни и развлекателни услуги, туроператорска и агентска дейност, местни продукти и други услуги, което обуславя значителния мултиплициращ ефект на сектора върху националната и регионалните икономики.

За периода 2026–2028 г. прогнозата за приноса на туризма и свързаните с него икономически дейности към БВП е умерено оптимистична, но с по-предпазлива динамика в началото на периода. Причината е, че развитието на сектора ще бъде повлияно от едновременно действащи фактори с противоположен ефект. От една страна, се очаква постепенно нарастване на туристическите посещения от чужденци, стабилизиране на вътрешния туризъм и запазване на потенциала на България като достъпна и конкурентна дестинация. От друга страна, геополитическата несигурност, конфликтите в близост до традиционни туристически региони, повишените транспортни разходи и енергийните цени ще оказват натиск върху покупателната способност и потребителското доверие.

В подобна среда туристическото търсене обичайно не се свива еднозначно, а променя своята структура. Исторически при кризи, свързани с международна несигурност, високи транспортни разходи или инфлационен натиск, туристите по-често резервират по-късно, търсят по-бюджетни и по-близки дестинации, съкращават продължителността на престоя и ограничават допълнителните разходи на място. Това създава както рискове, така и възможности за България. Рисковете са свързани с възможно отлагане на част от пътуванията, по-слаба динамика при нощувките и отлагане на инвестиционни решения в сектора. Възможностите произтичат от потенциала на страната да привлече част от ценово чувствителното търсене от Европа като по-достъпна, сигурна и близка туристическа дестинация спрямо част от конкурентните пазари в Средиземноморието.

В този контекст съществуват основания да се очаква, че през следващите години приносът на туризма към БВП ще продължи да се възстановява, но без рязко ускорение през 2026 г. Възможно е делът на сектора да остане под най-високите равнища, постигнати преди кризисните периоди, включително спрямо 2019 г., но с тенденция към постепенно възстановяване при стабилизиране на външната среда, подобряване на свързаността, по-добро позициониране на страната и активна работа с приоритетни пазари.

Особено значение за възстановяването ще имат политиките, насочени към насърчаване на входящия туризъм, укрепване на вътрешния пазар и развитие на по-висока добавена стойност в туристическия продукт. Вътрешният туризъм има важна компенсираща роля при външни кризи, особено чрез уикенд пътувания, кратки почивки, СПА, културен, природолюбителски и събитиен туризъм. Същевременно близките емитивни пазари с автомобилен достъп - включително Румъния, Сърбия, Турция и други регионални пазари - следва да бъдат разглеждани като ключов стабилизиращ фактор при евентуални затруднения

в авиационните превози. Подходящо насочената реклама към тези пазари може да намали риска от спад в туристопотока и да подкрепи заетостта на легловата база.

Важна роля за увеличаване на икономическия ефект от туризма има и привличането на по-високоплатежоспособни туристи. Това изисква не само рекламно позициониране, но и реално повишаване на качеството на предлагания туристически продукт, развитие на специализирани форми на туризъм, модернизация на материалната база, подобряване на обслужването, кадрово обезпечаване и по-добра свързаност. По-високата платежоспособност на туристите би довела до по-голям разход на турист, по-високи приходи за бизнеса и по-силен принос на сектора към БВП, дори при по-умерен ръст на броя на туристите или нощувките.

Възстановяването и увеличаването на дела на туризма в БВП ще изисква и по-гъвкав подход към структурните и ликвидните предизвикателства пред бизнеса. Необходими са устойчиви законодателни решения, по-добра координация между институциите и бранша, активна работа по изсветляване на сектора, подобряване на качеството на услугите и по-ефективно използване на публичния ресурс. Подкрепата за бизнеса следва да бъде насочена не само към преодоляване на краткосрочни затруднения, но и към повишаване на конкурентоспособността, модернизацията, дигитализацията и устойчивостта на туристическото предлагане.

Устойчивото провеждане на политики в областта на маркетинга и рекламата е пряко свързано с възможността България да реагира навременно на промени в международната среда и в поведението на туристите. Националната реклама следва да бъде изградена върху единна стратегия за бранд България, ясно определени целеви пазари, измерими резултати и по-добра координация между държавата, бизнеса, общините, туристическите райони, туроператорите, авиокомпаниите и дигиталните канали. Засилването и правилното насочване на рекламата на дестинация България ще допринесе за по-видимо позициониране на страната, за промотиране на комбинирания туристически продукт и за увеличаване на туристическото потребление.

Особено важно е маркетинговата политика да бъде съчетана с мерки за подобряване на свързаността. Националната реклама има по-висок ефект, когато е подкрепена от реални възможности за достъп до дестинацията чрез редовни и чартърни въздушни линии, както и чрез добре насочена политика към пазарите с автомобилен достъп. В тази връзка мерки като насърчаване на чартърни програми, активна реклама към вътрешния и близките пазари, създаване на туристически представителства или туристически аташета на ключови емитивни пазари и активиране на международните контакти могат да имат съществен ефект върху туристопотока и съответно върху приноса на сектора към БВП.

За 2026 г. не следва да се очаква рязко увеличение на дела на туризма в БВП. Макроикономическата среда остава повлияна от забавяне на растежа, геополитическа несигурност, по-високи енергийни и транспортни разходи и по-предпазливо потребителско поведение. Това означава, че туризмът ще може да увеличава своя принос към БВП основно

ако ръстът на туристическото потребление изпреварва общия икономически растеж и ако страната успее да привлече по-голям дял от ценово чувствителното и регионално търсене, както и туристи с по-висока платежоспособност.

През 2027 и 2028 г. може да се очаква по-плавно нарастване на показателя, при условие че геополитическата ситуация се стабилизира, че се запази положителната динамика при близките пазари, че се надгради позиционирането на България като достъпна, сигурна и целогодишна дестинация и че бъдат реализирани мерки за подобряване на свързаността, националния маркетинг, качеството на услугите и диверсификацията на туристическия продукт. При такова развитие туризмът може постепенно да увеличи своя принос към икономиката, да подпомогне платежния баланс, да създаде допълнителна заетост и да допринесе за по-балансирано регионално развитие.

Следователно прогнозата за периода 2026–2028 г. следва да бъде формулирана като умерено положителна. В началото на периода ефектът върху БВП вероятно ще бъде ограничен от външната несигурност и по-внимателното потребление, но при активна и добре ресурсно обезпечена политика за реклама, свързаност, работа с приоритетни пазари, развитие на вътрешния туризъм и привличане на високоплатежоспособни туристи, секторът има потенциал постепенно да възстановява и увеличава своя относителен принос към икономиката на страната.

Информация за наличността и качеството на данните

За определяне на целевите стойности се използва информация на БНБ, НСИ, World Travel Tourism Council и международните летища на страната.

IV. ОСНОВНИ ПАРАМЕТРИ НА ПРОЕКТОБЮДЖЕТА ЗА 2026 Г. И НА АКТУАЛИЗИРАНАТА БЮДЖЕТНА ПРОГНОЗА ЗА ПЕРИОДА 2027-2028 Г.

ПРИХОДИ (в хил. евро)	***ПРОЕКТ 2026 г.***	***Прогноза 2027 г***	***Прогноза 2028 г***
Общо приходи:	**5 314,4**	**5 569,6**	**5 605,4**
Данъчни приходи			
Неданъчни приходи	*5 314,4*	*5 569,6*	*5 605,4*
Приходи и доходи от собственост	920,3	920,3	920,3
Приходи от държавни такси	628, 9	661, 6	697, 4
Глоби, санкции и наказателни лихви	153,4	153,4	153,4
Приходи от концесии	5 560,5	5 783,0	5 783,0
Други	-1 948,7	-1 948,7	-1 948,7

Вид приход	Основание	Сума 2026 г. хил.евро	Сума 2027 г. хил. евро	Сума 2028 г. хил. евро
Приходи от наеми на имущество	Закон за устройство на черноморското крайбрежие	920,3	920,3	920,3
Приходи от държавни такси	Тарифата за таксите, които се събират по Закона за туризма	628, 9	661, 6	697, 4
Приходи от глоби, санкции и наказателни лихви	Закон за устройство на черноморското крайбрежие	153,4	153,4	153,4
Приходи от концесии	Закон за устройство на черноморското крайбрежие и Закон за концесиите	5 560,5	5 783,0	5 783,0
Внесени ДДС и други данъци в/у продажбите	ЗДДС	-1 948,7	-1 948,7	-1 948,7

Описание на разходите

Код*	**ОБЛАСТИ НА ПОЛИТИКИ/ФУНКЦИОНАЛНИ ОБЛАСТИ И БЮДЖЕТНИ ПРОГРАМИ (Отчет 2023 г.)**	**Консолидирани разходи**			**Ведомствени разходи**			**Администрирани разходи**		
7100.00.00	**(в хил. евро)**	Общо разходи	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо ведомствени	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо администрирани	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*
	Общо разходи	**18 613,7**	**12 006,3**	**6 607,4**	**12 126,2**	**11 791,7**	**334,5**	**6 487,5**	**214,6**	**6 272,9**
7100.01.00	**Политика в областта на устойчивото развитие на туризма**	**16 805,5**	10 198,1	6 607,4	10 318,0	9 983, 5	334,5	6 487,5	214,6	6 272,9
7100.01.01	Бюджетна програма "Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма"	8 410,3	1 802,9	6 607,4	1 922,8	1 588,3	334,5	6 487,5	214,6	6 272,9
7100.01.02	Бюджетна програма "Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма"	8 395,2	8 395,2		8 395,2	8 395,2				
7100.02.00	**Бюджетна програма "Администрация"**	1 808,2	1 808,2		1 808,2	1 808,2				

Код*	**ОБЛАСТИ НА ПОЛИТИКИ/ФУНКЦИОНАЛНИ ОБЛАСТИ И БЮДЖЕТНИ ПРОГРАМИ (Отчет 2024 г.)**	**Консолидирани разходи**			**Ведомствени разходи**			**Администрирани разходи**		
7100.00.00	**(в хил. евро)**	Общо разходи	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо ведомствени	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо администрирани	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*

	Общо разходи	**24 476,6**	**24 482,3**	**-5,7**	**13 643,5**	**13 637,5**	**6,0**	**10 833,1**	**10 844,8**	**-11,7**
7100.01.00	**Политика в областта на устойчивото развитие на туризма**	22 403,8	22 409,5	-5,7	11 570,7	11 564,7	6,0	10 833,1	*10 844,8*	-11,7
7100.01.01	Бюджетна програма "Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма"	12 596,4	12 602,1	- 5,7	1 763,3	1 757,3	6,0	10 833,1	*10 844,8*	-11,7
7100.01.02	Бюджетна програма "Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма"	9 807,4	9 807,4		9 807,4	9 807,4				
7100.02.00	**Бюджетна програма "Администрация"**	2 072,8	2 072,8		2 072,8	2 072,8				

Код*	**ОБЛАСТИ НА ПОЛИТИКИ/ФУНКЦИОНАЛНИ ОБЛАСТИ И БЮДЖЕТНИ ПРОГРАМИ**	**Консолидирани разходи**			**Ведомствени разходи**			**Администрирани разходи**		
	(Закон за 2025 г.)									
7100.00.00	**(в хил. евро)**	Общо разходи	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо ведомствени	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо администрирани	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*
	Общо разходи	**14 734,4**	**14 734,4**	**0,0**	**14 734,4**	**14 734,4**	**0,0**	**0,0**	***0,0***	**0.0**
7100.01.00	**Политика в областта на устойчивото развитие на туризма**	**12 298,8**	**12 298,8**	**0,0**	**12 298,8**	**12 298,8**	**0,0**	**0.0**	***0.0***	**0.0**
7100.01.01	Бюджетна програма "Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма"	2 538,4	2 538,4	0,0	2 538,4	2 538,4	0,0	0,0	*0,0*	0,0
7100.01.02	Бюджетна програма "Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма"	9 760,4	9 760,4	0,0	9 760,4	9 760,4	0,0	0,0	*0,0*	0,0
7100.02.00	**Бюджетна програма "Администрация"**	2 435,6	2 435,6	0,0	2 435,6	2 435,6	0,0	0,0	*0,0*	0,0

Код*	ОБЛАСТИ НА ПОЛИТИКА И БЮДЖЕТНИ ПРОГРАМИ (Проект за 2026 г.)	Консолидирани разходи			Ведомствени разходи			Администрирани разходи		
7100.00.00	(в хил. евро)	Общо разходи	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо ведомствени	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо администрирани	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*
	Общо разходи	**21 517,9**	14 462,4	7 055,5	14 631,1	14 462,4	168,7	6 886,8	***0,0***	6 886,8
7100.01.00	**Политика в областта на устойчивото развитие на туризма**	**18 995,5**	*11 940,0*	**7 055,5**	12 108,7	*11 940,0*	168,7	6 886,8	***0,0***	6 886,8
7100.01.01	Бюджетна програма "Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма"	7 801,1	1 915,6	5 885,5	2 084,3	1 915,6	168,7	5 716,8	*0,0*	5 716,8
7100.01.02	Бюджетна програма "Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма"	11 194,4	10 024,4	*1 170,0*	10 024,4	10 024,4	0,0	*1 170,0*	*0,0*	*1 170,0*
7100.02.00	**Бюджетна програма "Администрация"**	2 522,4	2 522,4	0,0	2 522,4	2 522,4	0,0	0,0	*0,0*	0,0

Код*	ОБЛАСТИ НА ПОЛИТИКА И БЮДЖЕТНИ ПРОГРАМИ (Прогноза за 2027 г.)	Консолидирани разходи			Ведомствени разходи			Администрирани разходи		
7100.00.00	**(в хил. евро)**	Общо разходи	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо ведомствени	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо администрирани	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*
	Общо разходи	**33 693**	**13 524,3**	20 168,7	**13 693,0**	***13 524,3***	168,7	**20 000,0**	***20 000,0***	**20 000,0**
7100.01.00	**Политика в областта на устойчивото развитие на туризма**	**31 531,2**	**11 362,5**	20 168,7	**11 531,2**	**11 362,5**	168,7	20 000,0	*0,0*	0,0
7100.01.01	Бюджетна програма "Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма"	1 560,0	1 391,3	168,7	1 560,0	1 391,3	168,7	0,0	*0,0*	0,0
7100.01.02	Бюджетна програма "Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма"	29 971,2	9 971,2	20 000,0	9 971,2	9 971,2	0,0	20 000,0	0,0	20 000,0
7100.02.00	Бюджетна програма "Администрация"	2 161,8	2 161,8	0,0	2 161,8	2 161,8	0,0	0,0	0,0	0,0

7100.00.00	ОБЛАСТИ НА ПОЛИТИКА И БЮДЖЕТНИ ПРОГРАМИ (Прогноза за 2028 г.)									
	(в хил. евро)	Общо разходи	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо ведомствени	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*	Общо администрирани	*По бюджета на ПРБ*	*По други бюджети и сметки за средства от ЕС*
	Общо разходи	**33 456,4**	**13 287,7**	20 168,7	**13 456,4**	***13 287,7***	168,7	***20 000,0***	***0,0***	**20 000,0**

7100.01.00	**Политика в областта на устойчивото развитие на туризма**	**31 317**	**11 148,3**	**20 168,7**	**11 317**	**11 148,3**	**168,7**	20 000,0	0,0	**20 000,0**
7100.01.01	Бюджетна програма "Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма"	1 589,9	1 421,2	168,7	1 589,9	1 421,2	168,7	*0,0*	*0,0*	0,0
7100.01.02	Бюджетна програма "Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма"	29 727, 1	9 727, 1	20 00,0	9 727, 1	9 727, 1	0,0	20 000,0	*0.0*	20 000,0
7100.02.00	**Бюджетна програма "Администрация"**	2 139,4	2 139,4	0,0	2 139,4	2 139,4	0,0	0,0	0,0	0,0

Описание на финансирането на консолидираните разходи

Финансиране на консолидираните разходи, обхванати в програмния бюджет *(хил. евро)*	***Проект 2026 г.***	***Прогноза 2027 г.***	***Прогноза 2028 г.***
Общо консолидирани разходи:	21 517,9	33 693,0	33 456,4
Общо разчетено финансиране:	21 517,9	33 693,0	33 456,4
Бюджет на ПРБ	14 462,4	13 524,3	13 287,7
Други бюджети и сметки за средства от ЕС, в т.ч. от:	7 055,5	20 168,7	20 168,7
• ***Централен бюджет /съобр. Приложение 4 на МТ/***	6 886,8	20 000,0	20 000,0
Държавни инвестиционни заеми			
• *Сметки за средства от Европейския съюз* (ССЕС на НФ и на ДФЗ)			
• *Други програми и инициативи, по които Република България е страна-партньор, за които се прилага режимът на сметките за средства от Европейския съюз*	168,7	168,7	168,7

• *Други програми и други донори* по бюджета на ПРБ			
• *Други бюджетни организации, включени в консолидираната фискална програма*			
• *Други (в т.ч. и предоставените трансфери с положителен знак)*			

***По предложените параметри по ЦБ:*

- За 2026 г. 1 170,0 хил. евро, съгл. РМС № 166/2026 г. за одобряване на финансиране за 2026 г. за обезпечаване на дейности във връзка с провеждането на територията на Република България през май 2026 г. на Giro d'italia - Bulgaria Grande Partenza – планирани по програма 2, Бюджетен код 7100.01.02 за МТ;
- Вкл. всички одобрени Решения на Министерски съвет от 2026 г. с одобрение на финансиране за 2026 г. за Министерството на туризма за плащане по Програма за „Програма за хуманитарно подпомагане на разселени лица от Украйна с предоставена временна закрила в Република България“ (Програма 1 и Програма 2) – Одобрени Списък 30 – Списък 35 – планирани по програма 1, Бюджетен код 7100.01.01 за МТ ;
- По ЦБ, вкл. уточнените с МФ прогнозни разходи за 2026 г. /проектобюджета 2026 г/., предвидените средства за плащане по Програма за „Програма за хуманитарно подпомагане на разселени лица от Украйна с предоставена временна закрила в Република България“ (Програма 1 и Програма 2) - за периодите септември 2024-април 2025 г. и за Програмата за хуманитарна подкрепа и интеграция на разселени лица от Украйна с предоставена временна закрила в Република България (Програма 3) в следващи етапи на прогнозите /2027-2028г./. Съгласно писмо с изх. № 04-08-53/19.06.2026 г. на МФ по централен бюджет за Програмите за 2026 г. са планирани общо 20 000,0 хил. евро плащания по „Програма за хуманитарно подпомагане на разселени лица от Украйна с предоставена временна закрила в Република България“ и по „Програма за хуманитарна подкрепа и интеграция за разселени лица от Украйна с предоставена временна закрила в Република България“;
- За 2027-2028 г. Министерството на туризма прогнозира по централен бюджет да бъдат включени средства необходими за **фонд за насърчаване на чартърни полети и привличане на нови авиопревозвачи в рамките на планирания Фонд Бранд България**, прогнозно от първата година 2027 г. предвиждаме по 20 000,0 хил. евро годишно;

V. ОПИСАНИЕ НА БЮДЖЕТНИТЕ ПРОГРАМИ И РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВЕДОМСТВЕНИ И АДМИНИСТРИРАНИ РАЗХОДИ

7100.01.01 БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА „ПОДОБРЯВАНЕ НА ПОЛИТИКИТЕ И РЕГУЛАЦИИТЕ В СЕКТОРА НА ТУРИЗМА”

Цели на бюджетната програмата

Бюджетната програма „Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма“ е насочена към създаване на по-ефективна, прозрачна и предвидима среда за развитие на туризма като приоритетен отрасъл за страната. Програмата подпомага изпълнението на държавната политика в областта на устойчивото развитие на туризма чрез усъвършенстване на нормативната рамка, подобряване на координацията между институциите и бизнеса, повишаване на качеството на туристическите услуги, развитие на туристическите райони, ограничаване на сивия сектор и по-ефективно използване на дигитални, финансови и международни инструменти.

Приоритетните цели на програмата са съобразени с основните цели на провежданата правителствена политика в областта на туризма за създаване на условия за устойчиво развитие на сектора, повишаване на конкурентоспособността на българския туристически продукт, увеличаване на туристическите посещения, ръст на нощувките и приходите от туризъм, както и засилване на приноса на туризма и свързаните с него икономически дейности към БВП, както следва:

1. **Усъвършенстване на нормативната рамка и политиките за развитие на туризма**, с цел подобряване на бизнес средата, намаляване на административната тежест, повишаване на предвидимостта за бизнеса и създаване на по-добри условия за инвестиции, устойчив растеж и законосъобразно осъществяване на туристическите дейности.

2. **Развитие и диверсификация на туристическите продукти**, насочени към подобряване на преживяването на туристите в дестинацията, удължаване на сезона и повишаване на добавената стойност на туристическите услуги. В обхвата на тази цел попадат мерки за насърчаване на специализираните видове туризъм - културен, СПА и уелнес, балнео и здравен, винено-кулинарен, природолюбителски, приключенски, градски, събитиен, конгресен и други форми на целогодишен туризъм.

3. **Постигане на ефективна координация между институциите и интегриране на туризма в свързаните секторни политики**, включително транспорт, култура, образование, регионално развитие, околна среда, здравеопазване, дигитализация и инвестиции. Особен акцент ще бъде поставен върху взаимодействието с туристическия бизнес, браншовите организации, общините, организациите за управление на туристическите райони и неправителствения сектор, включително чрез създаване и функциониране на Съвет за

реформи в туризма като механизъм за по-структуриран диалог и участие на сектора при подготовката на политики и законодателни промени.

4. **Ефективно функциониране, поддържане и надграждане на информационните системи в туризма**, включително Единната система за туристическа информация /ЕСТИ/, Националния туристически регистър и единната информационна платформа за комуникация по защитени канали между вписаните лица и заинтересованите централни и териториални органи на изпълнителната власт. Целта е повишаване на прозрачността, подобряване на отчетността и контрола, ограничаване на сивата икономика в сектора и създаване на по-надеждна информационна основа за анализ, прогнозиране и планиране на политиките.

5. **Създаване на условия за устойчиво и балансирано развитие на туристическите райони**, чрез подпомагане на местните власти и бизнеса при разработването на интегрирани регионални туристически продукти, насърчаване на целогодишното туристическо предлагане, по-добро използване на природните, културните и историческите ресурси и по-равномерно териториално разпределение на туристопотока. В тази връзка ще се насърчава активна работа с общините, включително за промотиране на специфични местни продукти, фестивали, събития и маршрути.

6. **Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор**, чрез насърчаване на партньорството между бизнеса, професионалните гимназии, висшите училища, общините и институциите. Ще се подкрепят мерки за подобряване на кадровото обезпечаване, повишаване на качеството на обслужването, развитие на дуалното образование, актуализиране на учебните програми спрямо потребностите на пазара на труда и създаване на по-добри условия за професионална реализация на младите хора в туристическия сектор. В този контекст значение има и създаването на асоциация на висшите училища, изучаващи туризъм, като инструмент за по-добра координация между образованието и бизнеса.

7. **Утвърждаване на България като активен и разпознаваем участник в туристическото развитие на Европейския съюз и региона**, чрез засилено международно сътрудничество, участие в европейски и регионални инициативи, развитие на партньорства, работа с международни организации и използване на възможностите, произтичащи от председателството на България на Дунавската стратегия. В тази цел се включват и действия за по-добро позициониране на България на ключови емитивни пазари, включително чрез туристически аташета, които да подпомагат връзките с туроператори, авиокомпании, медии, институции и чуждестранни партньори.

8. **Намаляване на броя на неохраняемите морски плажове чрез възлагането им на концесия или отдаване под наем**, при спазване на принципите на законосъобразност, прозрачност, ефективно управление, опазване на околната среда и гарантиране на безопасността на туристите. Тази цел е пряко свързана с качеството на туристическата услуга,

сигурността на посетителите, устойчивото управление на крайбрежните ресурси и конкурентоспособността на морския туристически продукт.

9. **Ефективно използване на потенциала на европейски, международни и други финансови източници**, с цел въвеждане на конкретни мерки за активна промоция на специализирани туристически продукти, модернизация на туристическото предлагане, развитие на устойчиви инвестиции и подпомагане на бизнеса при достъпа до програми и инструменти за финансиране. В тази връзка ще се търсят възможности за по-добра координация между националните политики, европейските инструменти, местните инициативи и частните инвестиции.

10. **Подобряване на дигиталното представяне и дигиталната свързаност на туристическия сектор**, с цел повишаване на конкурентоспособността на България като туристическа дестинация. Това включва развитие на дигитални инструменти за популяризиране на туристически обекти, маршрути, музеи, събития и услуги; създаване на мобилно приложение на Министерството на туризма; развитие на платформа за електронни сигнали за проблеми с туристическата услуга /TourAlert/; подкрепа за дигитализация на визовия процес; както и по-широко използване на данни, онлайн комуникация и електронни услуги за по-добро обслужване на туристите и бизнеса.

Изпълнението на програмата ще допринесе за подобряване на управлението на туристическия сектор, по-висока прозрачност и предвидимост на регулаторната среда, по-ефективен контрол, по-добро качество на туристическите услуги и по-силна връзка между държавната политика, бизнеса, регионите и потребностите на туристите. Очакваният ефект е насърчаване на вътрешния туризъм, увеличаване на туристическите посещения от чужденци, по-добра заетост на легловата база, повишаване на приходите от туризъм и засилване на приноса на сектора към устойчивото икономическо развитие на страната.

Целеви стойности по показателите за изпълнение

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ 7100.01.01 Бюджетна програма „Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма”	**Целева стойност**			
Показатели за изпълнение	**Мерна единица**	***Проект 2026 г.***	***Прогноза 2027 г.***	***Прогноза 2028 г.***
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Приети програми и планове за действие за развитие видове туризъм	Бр.	1	1	1
2. Категоризирани туристически обекти	Бр.	800	800	1 100
3. Регистрирани туроператори и туристически агенти	Бр.	140	140	100
4.Приети законови и подзаконови нормативни актове	Бр.	2	1	1

5.Приети стратегически и документи за развитие на туризма	Бр.	1	1	1
6. Проекти в изпълнение по програми на ЕС	Бр.	2	2	2
7. Проекти и инициативи в процес на планиране по програми на ЕС	Бр.	3	3	3
8.Вписани туристически сдружения	Бр	5	5	5
9.Вписани туристически информационни центрове	Бр	3	3	3
10. Вписани правоспособни екскурзоводи	Бр.	50	50	50
11.Вписани ски училища *	Бр.	-	-	-
12. Вписани ски учители *	Бр.	-	-	-
13.Вписани правоспособни планински водачи	Бр.	30	30	30
14.Сертифицирани балнеолечебни (медикъл СПА), СПА, уелнес и таласотерапевтични центрове	Бр.	35	35	45
15. Приходи от концесии - общо постъпили от действащи концесионни договори	Евро	11 121 100	11 565 900	11 565 900
16.Отдадени на концесия морски плажове	Бр.	85	92	92
17. Приходи от наеми-общо постъпили от действащи договори за наем	Евро	1 473 400	1 532 300	1 578 200
18.Отдадени под наем морски плажове	Бр.	60	63	63

***** Предвид липсващи към момента подзаконови нормативни актове по отношение на ски учители и ски училища, плановите показатели ще бъдат актуализирани след реализиране на визираните нормативи

Данни от 20 май 2026 г.

Постигането на целите на бюджетната програма може да бъде повлияно от редица външни фактори, които са извън прекия контрол на Министерството на туризма, но имат съществено значение за динамиката на туристопотока, инвестиционната активност, качеството на туристическата услуга, приходите от туризъм и устойчивото развитие на туристическите райони. Тези фактори следва да бъдат наблюдавани текущо, като при необходимост се предприемат компенсиращи мерки чрез по-гъвкаво планиране, насочена реклама, работа с приоритетни пазари, подобряване на свързаността и по-ефективна координация с бизнеса и институциите.

На първо място, съществен риск представляват форсмажорни обстоятелства, природни бедствия, екстремни климатични явления, здравни кризи, аварии и други извънредни събития, които могат пряко да ограничат туристическите пътувания, да влошат качеството на туристическото преживяване или да доведат до временно прекъсване на дейности в отделни дестинации. Подобни обстоятелства могат да засегнат както входящия, така и вътрешния туризъм и да окажат влияние върху заетостта на легловата база, приходите на бизнеса и изпълнението на планираните дейности.

На второ място, влошаването на геополитическата обстановка, включително военни конфликти, напрежение в близки до България региони, ограничения във въздушното пространство, повишени транспортни разходи и несигурност при авиационните превози, може

да доведе до промяна в поведението на туристите. В такива условия туристите обичайно резервират по-късно, съкращават престоя си, търсят по-бюджетни дестинации или се ориентират към пазари и дестинации с по-лесен автомобилен достъп. Това създава рискове за част от традиционните входящи пазари, но и възможности за насочване на усилията към вътрешния пазар и близките емитивни пазари.

Риск представлява и по-бавното от планираното възстановяване или развитие на европейските и балканските пазари. Неблагоприятна икономическа конюнктура, по-ниска покупателна способност, инфлационен натиск, по-високи разходи за транспорт и енергия или промени в потребителските предпочитания могат да ограничат броя на пътуванията, да намалят средния престой или да свият разходите на туристите на място. Това би повлияло пряко върху приходите от туризъм, заетостта на легловата база и приноса на сектора към икономиката.

Допълнително въздействие може да окаже развитието на конкурентните дестинации. Съседни и средиземноморски пазари, които предлагат сходен или по-добре позициониран продукт, по-добра свързаност, по-агресивна реклама, по-високо качество на услугата или по-изгодни пакетни предложения, могат да отклонят част от туристопотока от България. Това налага по-активна политика за позициониране на бранд България, развитие на специализирани туристически продукти, подобряване на качеството и по-ясно таргетиране на националната реклама.

Като външен фактор следва да се отчете и възможната липса на достатъчен инвестиционен интерес от стратегически инвеститори. Забавянето или отлагането на инвестиции в туристическа инфраструктура, модернизация на материалната база, висококатегорийни обекти, дигитални решения, устойчиви услуги и специализирани туристически продукти може да ограничи конкурентоспособността на дестинацията и способността ѝ да привлича по-високоплатежоспособни туристи. Това би имало отражение върху добавената стойност, качеството на туристическата услуга и дългосрочния принос на туризма към икономиката.

Съществен риск за устойчивото развитие представлява непълноценното оползотворяване на природните, културните, историческите и антропогенните ресурси. При липса на координиран подход между държавата, общините, бизнеса и организациите за управление на туристическите райони съществува опасност част от ресурсите да останат недостатъчно интегрирани в туристически продукти, маршрути и преживявания. Това би ограничило възможностите за удължаване на сезона, за развитие на специализирани видове туризъм и за по-балансирано регионално развитие.

Наред с това влошаването на параметрите на околната среда и нарушаването на принципите на устойчивото развитие могат да имат дългосрочен отрицателен ефект върху имиджа и конкурентоспособността на България като туристическа дестинация.

Безотговорното използване на природните и антропогенните ресурси, замърсяването на околната среда в туристическите курорти и населени места, презастрояването, влошената инфраструктура или недостатъчният контрол върху качеството на услугите могат да доведат до спад на туристическото търсене, по-ниска удовлетвореност на туристите и намаляване на повторните посещения.

Върху изпълнението на програмата могат да повлияят и административни, процедурни и правни фактори, включително забавяне при възлагането и изпълнението на дейности по Закона за обществените поръчки, особено при проекти, финансирани със средства от европейски програми или други източници на безвъзмездна финансова помощ. Забавяния, обжалвания, промени в условията на финансиране или затруднения при изпълнението на договори могат да доведат до отлагане на дейности, непълно усвояване на средства или забавено постигане на планираните резултати.

Специфичен риск за морския туризъм е свързан с управлението на морските плажове. Висока остава степента на неопределеност относно броя на действащите договори за концесии и наеми, които могат да бъдат прекратени по вина на концесионери или наематели поради неизпълнение на основни задължения. Допълнителен риск представляват забавяне или непровеждане на нови процедури за сключване на концесионни договори и договори за наем, промени в законодателството, съдебни спорове и висящи дела. Това може да доведе до увеличаване на броя на неохраняемите морски плажове, влошаване на качеството и безопасността на морския туристически продукт и негативно въздействие върху имиджа на Българското Черноморие.

Посочените външни фактори изискват прилагане на гъвкав и превантивен подход при изпълнението на програмата. Необходимо е текущо наблюдение на пазарната среда, развитие на надеждна система за данни и анализи, засилена координация с бизнеса и местните власти, активна работа с приоритетни емитивни пазари, насърчаване на вътрешния туризъм, подобряване на свързаността и дигитализация на процесите. Само при такава комбинация от мерки могат да бъдат ограничени неблагоприятните ефекти от външната среда и да се създадат условия за устойчиво изпълнение на целите на програмата.

Информация за наличността и качеството на данните

Държавен вестник, официална интернет страница на МТ, Проектна документация (фиш и бюджет), Национален туристически регистър, Информационна система за управление и наблюдение на средствата от ЕС в България 2020 (ИСУН 2020), Информационна система за управление на националните инвестиции (СУНИ), доклади за отчитане на напредъка по изпълнение на проектите, интернет страниците на финансиращите програми и др.

Дирекция „Концесиониране, наемна и регулаторна дейност в туризма“ разполага с цялостна информация относно индивидуализацията на обектите – морски плажове, възложени на концесия или отдадени под наем. Относно индивидуализиране на обекти – морски плажове, с възможност за предоставяне на концесия, информацията изцяло е в Агенция по геодезия, картография и кадастър.

Предоставяни по програмни продукти/услуги (ведомствени разходни параграфи)

1. Оптимизиране на модела за планиране и управление на туристическото развитие на България с оглед постигане на висок, устойчив и балансиран икономически растеж.

• Осигуряване и усъвършенстване на нормативна уредба, която създава предвидима, прозрачна и конкурентна среда за развитие на туризма, включително чрез подобряване на функционирането и управлението на националните курорти, намаляване на административната тежест, ограничаване на сивия сектор и по-ефективно взаимодействие с бизнеса и туристическите организации;

• Усъвършенстване на стратегическото и оперативното планиране на туристическото развитие на национално и регионално ниво чрез по-добро използване на данни, анализи и прогнози, ясно определяне на приоритетни пазари и туристически продукти, както и обвързване на планираните мерки с измерими резултати по отношение на туристопотока, нощувките, приходите и приноса на сектора към икономиката;

• Прилагане и надграждане на туристическото райониране чрез създаване на условия за устойчиво развитие на туристическите райони, по-активно взаимодействие с организациите за управление на туристическите райони, общините и местния бизнес, както и насърчаване на интегрирани регионални туристически продукти, които допринасят за удължаване на сезона и по-равномерно териториално разпределение на туристопотока;

• Постигане на ефективна координация между институциите и интегриране на туризма в свързаните с него секторни политики - транспорт, култура, образование, регионално развитие, околна среда, здравеопазване, дигитализация и инвестиции - с особен акцент върху подобряване на свързаността, насърчаване на чартърни и редовни въздушни линии, развитие на сухопътния достъп от близките емитивни пазари и по-добро позициониране на България като целогодишна дестинация;

• Взаимодействие с компетентните органи, образователните институции и бизнеса за провеждане на държавната политика по отношение на обучението, квалификацията и професионалното развитие на кадрите в туризма, включително чрез насърчаване на дуалното образование, актуализиране на учебните програми спрямо потребностите на пазара на труда,

сътрудничество с професионалните гимназии и висшите училища и създаване на условия за задържане на млади и квалифицирани специалисти в сектора;

• Взаимодействие с туристическия бизнес, браншовите организации, местните власти и контролните органи с цел повишаване на сигурността, качеството и доверието в дестинация България, включително чрез по-ефективен контрол върху туристическите услуги, подобряване на управлението на морските плажове, развитие на механизми за обратна връзка с туристите и прилагане на дигитални инструменти за подаване на сигнали и реакция при проблеми с туристическата услуга;

• Насърчаване на екологичната и дигиталната трансформация на туристическия сектор с цел постепенен преход от модел, основан преимуществено на количествен ръст, към модел, базиран на качество, висока добавена стойност, устойчиво използване на природните и културните ресурси, дигитално представяне на туристическите продукти, иновации, електронни услуги, нисковъглеродни решения и по-добро управление на данните за целите на планирането, маркетинга и контрола.

2. През периода се планират да се осъществят редица важни дейности в изпълнение на Политиката **В ОБЛАСТТА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА, включени към приложенията с инвестиционната програма на МТ, а именно:**

• **Изграждане на уеб базирана информационна система за автоматизиране на процесите по категоризация, сертификация и регистрация в туристическия сектор за 2026 г., с прогнозна стойност до 102 300 евро.**

Изграждането на уеб базирана информационна система за автоматизиране на процесите по категоризация, сертификация и регистрация в туристическия сектор е в изпълнение на политиките за електронизация, цифровизация и модернизиране на административните процеси в държавната администрация. Реализирането на системата ще допринесе за оптимизиране на процедурите, повишаване на прозрачността и откритостта, съкращаване на времето за обработка на заявленията, ограничаване на риска от човешки грешки и по-ефективно използване на административния ресурс.

Чрез системата ще бъде осигурена възможност за електронно подаване, обработване и проследяване на заявленията по процедури за категоризация, сертификация и регистрация. За всяко заявление ще се генерира електронно досие и уникален номер, чрез които потребителите/заявителите ще могат в реално време да проследяват движението и етапа на заявената процедура, както и да получават резултата от нея по електронен път. Това ще осигури по-голяма прозрачност на процесите, по-добра предвидимост за бизнеса и по-високо качество на административното обслужване.

Предвижда се системата да позволява електронна комуникация в реално време между заявителите и администрацията. От една страна, това ще доведе до по-бързо реализиране на

процедурите, а от друга – ще улесни потребителите чрез намаляване на необходимостта от физическо присъствие и подаване на документи на хартиен носител. По този начин ще се постигне по-ефективна комуникация, по-добра проследимост на административните действия и по-голямо удобство за лицата, които извършват дейност в туристическия сектор.

Предвижда се свързаност на уеб базираната информационна система с наличната към момента деловодна система и със системата, обезпечаваща Националния туристически регистър. Целта е да се осигури електронен обмен на данни от подадените документи, с което да се намали необходимостта от ръчно въвеждане на информация, да се оптимизира използването на административния ресурс и да се избегнат в максимална степен технически и човешки грешки при обработката на данните.

Реализирането на тази дейност ще подпомогне по-ефективното прилагане на регулаторните режими в туризма, ще подобри отчетността и контрола и ще създаде по-надеждна информационна основа за анализ, прогнозиране и планиране на политиките в сектора. Системата ще има значение и за повишаване на прозрачността в туристическия сектор, включително чрез по-добра проследимост на заявените процедури, издадените актове и вписванията в съответните регистри.

• Създаване и поддръжка на публичен електронен регистър на доставчиците на атракционни услуги, с прогнозна стойност за 2026 г. до 50 000 евро за информационна система/регистър

Създаването и поддръжката на публичен електронен регистър на доставчиците на атракционни услуги е необходимо във връзка с предвиденото приемане на Закон за общите изисквания за безопасност при предоставяне на атракционни услуги, представляващи източник на повишена опасност. Необходимостта от изграждането на регистъра произтича от предвидената промяна в законодателството и от необходимостта да бъде осигурен ефективен инструмент за регистрация, публичност, проследимост и контрол върху доставчиците на този вид услуги.

С проекта на закон за първи път на национално ниво се уреждат общите правила за безопасност при предоставяне на атракционни услуги с повишен риск. Основната цел е да се повиши сигурността на гражданите и туристите при ползването на увеселителни, въздушни, водни и други атракциони, които представляват източник на повишена опасност за живота и здравето на хората. Законопроектът предвижда ясни правила за регистрация и контрол на доставчиците на атракционни услуги, както и създаването на публичен регистър на операторите на атракционни услуги към Министерството на туризма.

Публичният електронен регистър ще осигури по-добра информираност на гражданите, туристите, контролните органи и заинтересованите институции относно лицата, които предоставят атракционни услуги. Чрез него ще се създадат условия за по-ефективна

идентификация на операторите, по-добро прилагане на законовите изисквания и по-лесно упражняване на контрол върху дейности, свързани с повишен риск.

Създаването на регистъра е част от по-широката политика за повишаване на качеството, безопасността и прозрачността на туристическите услуги. Той ще допринесе за ограничаване на нерегламентираното предоставяне на атракционни услуги, за по-добра превенция на инциденти, за повишаване на доверието в туристическата среда и за защита на живота и здравето на туристите и гражданите.

Изпълнението на посочените инвестиционни дейности ще подпомогне цифровата трансформация на Министерството на туризма и ще създаде по-добри условия за електронно административно обслужване, прозрачност, контрол и безопасност в туристическия сектор. Очакваният ефект е намаляване на административната тежест за бизнеса, ускоряване на процедурите, подобряване на качеството на данните, ограничаване на възможностите за грешки и по-ефективно прилагане на държавната политика в областта на устойчивото развитие на туризма.

3. Разработване, изпълнение, мониторинг, контрол, докладване и партньорство по проекти и програми от Европейския съюз

През периода на проектобюджета за 2026 г. и актуализираната бюджетна прогноза за 2027–2028 г. се предвижда Министерството на туризма да разработва, изпълнява и/или участва като партньор в проекти, насочени към развитие, модернизация и популяризиране на туризма и свързаните с него дейности. Основен акцент ще бъде поставен върху пълноценното използване на възможностите, предоставяни от европейски, международни и други външни източници на финансиране, с цел мултиплициране на ефекта от националните политики и ограничаване на натиска върху държавния бюджет.

Участието на Министерството на туризма в подобни проекти е обосновано от ролята му на национална туристическа администрация, от функциите му по формулиране, координиране и прилагане на държавната политика в сектора, както и от натрупания институционален опит и експертиза по отношение на потребностите на заинтересованите страни в туризма. Министерството разполага с пряк поглед върху актуалните предизвикателства пред бизнеса, туристическите райони, местните власти, образователните институции и туристите, както и върху общите тенденции в развитието на туризма в контекста на Европейския съюз. Поради това участието в международни и европейски проекти представлява важен инструмент за въвеждане на иновации, развитие на устойчиви туристически продукти, подобряване на кадровото обезпечаване, насърчаване на зеления и дигиталния преход и повишаване на конкурентоспособността на България като туристическа дестинация.

В периода 2024–2025 г. с участието на Министерството на туризма са разработени и подадени следните проектни предложения:

• **Проектно предложение „GreenHost – Професионално усъвършенстване, политика и предприемачество, обединени за умения за управление на хотелиерството, адаптирани към методите на екологичния отпечатък“ по Програма Erasmus+.**

Проектът е одобрен за финансиране. Министерството на туризма участва в изпълнението му, като отговаря за промотирането на проекта и неговите резултати. Проектът е насочен към повишаване на уменията в хотелиерството, адаптиране на управленските практики към изискванията за устойчивост и екологичен отпечатък и подкрепа на зеления преход в туристическия сектор. Той съответства на приоритетите за кадрово обезпечаване, повишаване на качеството на туристическата услуга и въвеждане на устойчиви практики в туристическото предлагане.

Общият бюджет на проекта е 3 106 377 евро, като бюджетът за Министерството на туризма е 130 915 евро. От тях 80%, или 104 732 евро, са финансиране от Програма Erasmus+, а 20%, или 26 183 евро, представляват собствено финансиране от Министерството на туризма. Периодът на изпълнение на проекта е март 2026 г. – март 2028 г.

• **Проектно предложение „HERIT ADAPT – Устойчивост на наследството и териториите чрез устойчив туризъм, адаптиране към изменението на климата и ангажиране на гражданите“ по Програма Интеррег Европа Средиземноморски басейн.**

Проектът е одобрен за финансиране, като Министерството на туризма участва като партньор. Основната му цел е чрез подход, насърчаващ устойчивия туризъм в евро-средиземноморската зона, да се подпомогне наблюдението и управлението на рисковете, свързани с туристическите потоци и изменението на климата, които оказват въздействие върху обектите на културното наследство. Проектът поставя акцент върху използването на иновативни технологии, ангажираността на гражданите и интегрирането на устойчиви модели за управление на туристически територии и културни ресурси.

Участието на Министерството на туризма в проекта е от значение за развитието на културния туризъм, за повишаване на устойчивостта на туристическите райони и за по-добро съчетаване на туристическото развитие с опазването на културното наследство и адаптацията към климатичните промени.

Общият бюджет на проекта е 2 998 740 евро, като частта, с която ще разполага Министерството на туризма, е 37 390,92 евро. Финансирането е разпределено, както следва: 80%, или 29 912,73 евро, от Програмата; 15%, или 5 608,64 евро, от Министерството на регионалното развитие и благоустройството; и 5%, или 1 869,55 евро, собствено финансиране от Министерството на туризма. Периодът на изпълнение на проекта е март 2024 г. – декември 2026 г.

• **Проектно предложение „Visit Rhodopes“ по Програма Интеррег VI-A Гърция – България 2021–2027 г.**

Проектът е в процес на оценка и се предвижда да бъде изпълняван от четири партньора, като Министерството на туризма участва като пълноправен партньор. Проектът е насочен към развитие и популяризиране на трансграничния туристически потенциал на Родопите, включително чрез създаване на условия за по-добро позициониране на региона като обща туристическа дестинация, развитие на специализирани туристически продукти и насърчаване на устойчивия туризъм в граничните райони.

Участието в проекта е в съответствие с политиката за балансирано развитие на туристическите райони, насърчаване на регионални и трансгранични туристически продукти, удължаване на сезона и по-добро използване на природните, културните и историческите ресурси. Общият индикативен бюджет на проекта е 1 350 000 евро, като Министерството на туризма ще разполага с 150 000 евро.

• Проект DRP0100013 – PA3_CLOSE – „Recovery through CuLture, tOuriSm and peoplE-to-people contacts in the Danube Region“ за подкрепа на координаторите по Приоритетна област 3 на Стратегията на ЕС за Дунавския регион.

Министерството на туризма е партньор по проекта, който подпомага изпълнението на Приоритетна област 3 на Стратегията на ЕС за Дунавския регион, свързана с културата, туризма и контактите между хората. Проектът има важно значение за засилване на регионалното сътрудничество, развитие на културния и устойчивия туризъм, обмен на добри практики и по-добро позициониране на България в рамките на Дунавския регион.

По проекта е подписано споразумение за субсидия между водещия партньор и Управляващия орган по програмата, в сила от 04.05.2023 г. Продължителността на проекта е от 01.01.2023 г. до 31.12.2028 г. Общият бюджет за Министерството на туризма по проекта, включващ европейско и национално съфинансиране, е 330 000 евро, от които 264 000 евро са финансиране от ЕФРР, представляващо 80%, а 66 000 евро са национално съфинансиране, представляващо 20%. Националното съфинансиране е разпределено, както следва: 15%, или 49 500 евро, от Министерството на регионалното развитие и благоустройството, и 5%, или 16 500 евро, собствен принос на Министерството на туризма. Националното съфинансиране в частта от Министерството на регионалното развитие и благоустройството се осигурява след подписване на договор за предоставяне на национално съфинансиране между Министерството на туризма и Министерството на регионалното развитие и благоустройството.

Прогнозният бюджет на Министерството на туризма по проекта, в размер на 330 000 евро допустими разходи, е разпределен по следния начин:

- 100 800 евро за разходи за персонал, изчислени на база реални разходи;
- 15 120 евро за офис и административни разходи, представляващи 15% от разходите за персонал;
- 83 280 евро за пътуване и настаняване;

- 126 500 евро за външна експертиза и услуги;
- 4 300 евро за оборудване.

Изпълнението и участието на Министерството на туризма в посочените проекти ще допринесе за по-ефективно използване на външни финансови ресурси за развитие на сектора, за повишаване на институционалния капацитет, за насърчаване на устойчиви и специализирани туристически продукти, за подобряване на връзката между туризма, културното наследство, образованието, зелената трансформация и регионалното сътрудничество. В по-широк план тези проекти подкрепят изпълнението на политиката за устойчиво развитие на туризма, като създават условия за повишаване на качеството на туристическата услуга, развитие на човешките ресурси, по-добро позициониране на България на международно равнище и увеличаване на добавената стойност на туристическия сектор.

В комплекта от документи по прогнозата съгл. БФ №3/2025 г. са заложени средства в „Прогноза за средства от централния бюджет за периода 2026-2028 г.“, а именно за :

*Програма за „Програма за хуманитарно подпомагане на разселени лица от Украйна с предоставена временна закрила в Република България“ (Програма 1 и Програма 2) - за периодите септември 2024-април 2025 г.;

**Програмата за хуманитарна подкрепа и интеграция на разселени лица от Украйна с предоставена временна закрила в Република България (Програма 3);

и ***Оценители по програмата (Програма 2 и Програма 3).

В периода 2024-2028 г. Министерството на туризма ще участва, чрез свои експерти, в процеса на планиране и изпълнение на дейностите за програмен период 2021 – 2027 г. по програми на ЕС – програми за споделено управление, трансгранични и транснационални програми за България - чрез включване в състава на различни комитети за наблюдение и координационни органи на национално и международно ниво, разглеждащи планирането и управлението на програмите за финансиране. Участието на ведомството при планирането, изпълнението и мониторинга на програмите за периода 2021-2027г. се обосновава от необходимостта тези програми да бъдат използвани като основен финансов инструмент на икономическото развитие. При тях е от съществена важност да бъде приложен правилния подход туризмът да бъде интегриран в програмите, като стремежът е залаганите мерки следва да съответстват на конкретните липси и потребности на туристическия сектор.

4. Подобряване на рамковите условия за стимулиране на качеството на туристическия продукт, защита на потребителите на туристически услуги и намаляване на клиентския

риск за българските и чуждестранните потребители на националния туристически продукт. Осъществяване на мониторинг върху качеството на услугите в туристическите обекти и върху туристическия продукт, предлаган от България като туристическа дестинация, чрез системите за регистрация, категоризация, сертификация и вписване.

• Осъществяване на процедурите по категоризиране и прекатегоризиране на туристическите обекти в компетентността на Министерството на туризма;

Категоризацията и прекатегоризацията на туристическите обекти са основен инструмент за гарантиране на минимални стандарти за качество, безопасност, обслужване и потребителска защита. Чрез тези процедури се създава предвидима и прозрачна рамка за дейността на местата за настаняване, заведенията за хранене и развлечения и другите туристически обекти, попадащи в компетентността на Министерството. Ефективното им прилагане допринася за по-добра информираност на потребителите, за повишаване на доверието в туристическата услуга и за ограничаване на нелоялните практики в сектора.

В рамките на тази дейност ще се работи за оптимизиране на административните процеси, по-добра проследимост на подадените заявления и издадените актове, както и за надграждане на електронните възможности за обслужване на бизнеса. Това ще подпомогне както заявителите, така и администрацията, като същевременно ще създаде по-надеждна информационна основа за контрол, анализ и планиране на политиките в туризма.

• Осъществяване на процедурите по регистрация на туроператорите и туристическите агенти;

Регистрацията на туроператорите и туристическите агенти има важно значение за защитата на потребителите на туристически услуги и за намаляване на риска при закупуване на туристически пакети и свързани туристически услуги. Чрез регистрационния режим се осигурява проследимост на лицата, които извършват туроператорска и агентска дейност, и се създават условия за по-ефективен контрол върху спазването на законовите изисквания.

Тази дейност е пряко свързана с повишаването на сигурността на туристите, предотвратяването на нерегламентирана дейност и ограничаването на сивия сектор. В условията на динамична пазарна среда, засилено онлайн предлагане и повишени потребителски очаквания е необходимо регистрационният режим да се прилага ефективно, прозрачно и с възможност за по-добра електронна комуникация между администрацията, бизнеса и потребителите.

• Осъществяване на процедурите по вписване на правоспособните екскурзоводи, планински водачи и ски училища;

Вписването на правоспособните екскурзоводи, планински водачи и ски училища е важен елемент от политиката за повишаване на качеството, сигурността и професионализма при предоставянето на специализирани туристически услуги. Тези услуги имат пряко значение за преживяването на туристите, за безопасността им и за имиджа на България като

дестинация, особено при културен, планински, приключенски, зимен и природолюбителски туризъм.

Чрез поддържането на актуални вписвания се осигурява по-добра информираност на туристите и бизнеса относно лицата и организациите, които имат право да предоставят съответните услуги. Това подпомага контролната дейност, ограничава нерегламентираното предлагане и създава предпоставки за по-високо качество на туристическото обслужване. Дейността следва да бъде обвързана и с по-широките мерки за развитие на човешките ресурси, квалификацията и професионалните стандарти в туризма.

• Осъществяване на процедурите по сертифициране на балнеолечебни /медикъл СПА/, СПА, уелнес и таласотерапевтични центрове — прилежащи към места за настаняване и самостоятелни центрове;

Сертифицирането на балнеолечебните /медикъл СПА/, СПА, уелнес и таласотерапевтичните центрове е от съществено значение за развитието на България като конкурентна дестинация за здравен, балнео, СПА и уелнес туризъм. Този сегмент има висок потенциал за целогодишно развитие, привличане на по-платежоспособни туристи, удължаване на сезона и повишаване на добавената стойност на туристическия продукт.

Чрез процедурите по сертифициране се гарантира съответствие с установените изисквания за качество, безопасност, материална база, оборудване, професионална квалификация и предлагани услуги. Това създава по-високо доверие у потребителите, подобрява международната разпознаваемост на продукта и подпомага позиционирането на България като дестинация с конкурентни предимства в областта на здравния и СПА туризма.

• Надграждане на мониторинга, контрола и информационната обезпеченост на процесите по регистрация, категоризация, сертификация и вписване;

За постигане на по-високо качество на туристическия продукт е необходимо процедурите по регистрация, категоризация, сертификация и вписване да бъдат подкрепени от надеждни електронни системи, актуални регистри и ефективен обмен на данни. Дигитализацията на тези процеси ще позволи по-добра проследимост на административните действия, по-бърза обработка на заявленията, по-малък риск от грешки и по-ефективно използване на административния ресурс.

В тази връзка следва да се използва потенциалът на Единната система за туристическа информация, Националния туристически регистър, предвидените уеб базирани решения и други електронни инструменти за контрол и обратна връзка. Подобен подход ще създаде по-добра основа за анализ на състоянието на туристическия сектор, за оценка на качеството на услугите и за предприемане на навременни мерки при установени проблеми.

• Повишаване на защитата на потребителите и ограничаване на клиентския риск при ползване на туристически услуги;

Защитата на потребителите е ключов елемент от качеството на туристическия продукт. Тя включва гарантиране на достъп до ясна и надеждна информация, възможност за проверка

на регистрирани лица и обекти, ефективен контрол върху спазването на изискванията и наличие на механизми за подаване на сигнали при проблеми с туристическата услуга. Това е особено важно при нарастващо онлайн предлагане, динамика на туристическите пакети, възможни рискове при пътуванията и необходимост от по-бърза реакция на институциите.

Развитието на електронни инструменти за обратна връзка, включително платформи за подаване на сигнали относно туристически услуги, плажове, курорти, забавяния на полети и други проблеми, ще допринесе за по-пряка връзка между потребителите и администрацията. По този начин ще се повиши доверието в държавната политика в туризма и ще се създадат условия за по-бързо идентифициране и отстраняване на проблеми, които засягат качеството на туристическото преживяване.

Очакван ефект от изпълнението на дейността:

Изпълнението на посочените дейности ще допринесе за повишаване на качеството, сигурността и прозрачността на туристическите услуги, за по-добра защита на българските и чуждестранните туристи и за ограничаване на нерегламентирани практики в сектора. Очаква се подобряване на административното обслужване, по-добра информационна обезпеченост, по-ефективен контрол и по-високо доверие към България като туристическа дестинация.

В дългосрочен план тези мерки ще подкрепят развитието на по-конкурентен, устойчив и целогодишен туристически продукт, ще повишат удовлетвореността на туристите и ще създадат предпоставки за по-високи приходи, по-дълъг престой, повторни посещения и по-силно позициониране на бранд България на международния и вътрешния туристически пазар.

По дейността Министерството на туризма е член на Български институт за стандартизация (БИС), като предвижда еднакви вноски по години:

Организация	Нормативно основание	Вид валута	Размер на членския внос	Срокове за плащане

Български институт за стандартизация (БИС)	На основание чл. 24, ал.1, т. 3 от Устава на БИС и Решение № 7/2022 г. на Общо събрание. Министерство на туризма е член на БИС от група 2 (администрация на изпълнителната власт) със статут на активно участие в Технически комитет 89 "Туристически дейности" и в дейността на Общото събрание на БИС	Евро	400	Задължението започва да тече от датата на получаването на писмото от БИС. Съгласно чл. 24, ал.1, т. 3 от Устава на БИС членовете на БИС следва да внесат членски внос до края на първото тримесечие за всяка календарна година.

5. Стартиране на процес по разработване на концепция за изграждане на единна туристическа система – единна, мащабируема и оперативно съвместима платформа за данни и услуги в сектор „Туризъм".

Процесът по разработване на концепция за единна туристическа система е насочен към създаване на по-добра информационна, аналитична и технологична основа за стратегическо управление на туристическия сектор. Предвижда се системата да бъде изградена като единна национална платформа, която да обедини и надгради съществуващата информационна среда в туризма, включително чрез използване на потенциала на действащите регистри и системи, при спазване на принципите за оперативна съвместимост, информационна сигурност, защита на личните данни и ефективно електронно управление.

Проектът е в пряка връзка с националните приоритети за цифрова трансформация, електронно управление, отворени данни и модернизиране на административните процеси. Той съответства и на европейските инициативи за развитие на Общото европейско пространство за данни за туризма /European Common Data Space for Tourism/, като създава предпоставки България да разполага с по-надеждна, актуална и използваема информационна основа за анализ, прогнозиране, планиране и оценка на политиките в сектора.

Националната туристическа система следва да служи като платформа за събиране, обобщаване, анализ и повторна употреба на данни, необходими за управлението на туристическото развитие, регулирането на сектора, статистическото наблюдение, планирането на маркетингови дейности, проследяването на туристопотока и подобряването на административното обслужване на гражданите и бизнеса. Чрез нея ще се създадат условия за по-добро използване на данните при вземане на управленски решения, включително по

отношение на туристическите посещения, нощувките, състоянието на пазарите, развитието на туристическите райони и ефективността на предприетите политики.

Целта на проекта е да се изгради концепция за национална платформа, която да интегрира наличните информационни ресурси в сектора, без да дублира съществуващи функции и без да създава паралелни административни процеси. В този смисъл Единната система за туристическа информация /ЕСТИ/, Националният туристически регистър и другите действащи информационни решения следва да бъдат разглеждани като част от общата информационна основа, която може да бъде надградена и използвана по-ефективно за целите на отчетността, анализа, прогнозирането и планирането.

Разработването на концепцията за такава система ще подпомогне прехода към по-модерен модел на управление на туристическия сектор, основан на данни, проследимост, прозрачност и по-добра координация между институциите. Очакваният ефект е повишаване на качеството на публичните политики в туризма, по-добро обслужване на бизнеса и гражданите, по-ефективен контрол и по-надеждна основа за вземане на решения, насочени към устойчиво развитие на България като конкурентна туристическа дестинация.

6. Възлагане на концесия и отдаване под наем на морски плажове

• Подготвителни действия за възлагане на концесии и отдаване под наем на морски плажове;

Подготвителните действия включват извършване на преглед и анализ на правния, фактическия и техническия статус на морските плажове, за които предстои възлагане на концесия или отдаване под наем. В рамките на тази дейност ще се извършва оценка на възможностите за стопанисване, поддържане, обезопасяване и предоставяне на плажни услуги при спазване на изискванията на Закона за устройството на Черноморското крайбрежие и приложимата нормативна уредба.

Целта е процедурите да бъдат подготвяни своевременно, законосъобразно и при осигуряване на прозрачност, предвидимост и защита на държавния и обществения интерес. Подготвителният етап има важно значение за намаляване на риска от забавяне на процедурите, възникване на правни спорове или оставане на плажове без стопанисване през активния летен сезон.

• Действия по възлагане на концесии и отдаване под наем на морски плажове по реда на ЗУЧК;

Дейностите по възлагане на концесии и отдаване под наем на морски плажове ще се осъществяват при спазване на принципите на законосъобразност, публичност, прозрачност, равнопоставеност на участниците и ефективно управление на държавната собственост. Чрез провеждането на процедурите по реда на ЗУЧК се цели осигуряване на стопанисване на морските плажове, предоставяне на качествени и безопасни услуги за туристите и

посетителите, както и гарантиране на необходимата организация през летния туристически сезон.

Възлагането на морските плажове на концесия или отдаването им под наем има пряко значение за качеството на морския туристически продукт, за осигуряването на водноспасителна дейност, санитарно-хигиенно поддържане, медицинско обслужване, достъпност и ред на плажните територии. Това е важен елемент от цялостната политика за повишаване на конкурентоспособността на Българското Черноморие като туристическа дестинация.

• Контрол по изпълнение на сключените договори за предоставяне на концесии и отдаване под наем на морски плажове;

Контролът върху изпълнението на сключените договори е съществен инструмент за гарантиране на качеството, безопасността и законосъобразното ползване на морските плажове. Той следва да обхваща изпълнението на договорните задължения, включително осигуряването на водноспасителна дейност, медицинско обслужване, санитарно-хигиенно поддържане, свободен достъп, спазване на ценовите и други договорни условия, както и опазване на околната среда.

Ефективният контрол има значение както за защитата на интересите на държавата, така и за защитата на потребителите на туристически услуги. При установяване на неизпълнение на договорни задължения следва да се предприемат своевременни действия съгласно приложимата нормативна уредба и договорните клаузи, включително налагане на санкции, даване на предписания или предприемане на действия за прекратяване на договори при наличие на основания за това.

• Намаляване броя на неохраняемите морски плажове чрез предоставянето им на концесия и отдаването им под наем.

Намаляването на броя на неохраняемите морски плажове е важна цел от гледна точка на безопасността на туристите, качеството на морския туристически продукт и устойчивото управление на крайбрежните ресурси. Предоставянето на плажовете на концесия или отдаването им под наем създава условия за осигуряване на водноспасителна дейност, медицинско обслужване, почистване, поддръжка, обозначаване, достъпност и контрол върху предоставяните услуги.

Тази дейност има пряко значение за имиджа на Българското Черноморие и за доверието на българските и чуждестранните туристи. По-доброто стопанисване на морските плажове допринася за повишаване на безопасността, ограничаване на нерегламентирани практики, подобряване на потребителското преживяване и създаване на по-предвидима среда за развитие на морския туризъм.

Очакван ефект от изпълнението на дейността:

Изпълнението на дейностите по възлагане, отдаване под наем и контрол върху морските плажове ще допринесе за по-ефективно управление на държавната собственост, по-високо качество и безопасност на плажните услуги, по-добра защита на туристите и по-устойчиво развитие на морския туристически продукт.

Очакваният резултат е намаляване на броя на неохраняемите морски плажове, подобряване на организацията през активния туристически сезон, по-висока удовлетвореност на потребителите и по-добро позициониране на Българското Черноморие като сигурна, достъпна и конкурентна туристическа дестинация.

7. Събиране, обработване, съхраняване, анализиране и представяне на статистически данни за туризма

- **Ежемесечна обработка и систематизиране на данните, получавани от Националния статистически институт и Българската народна банка;**

Ежемесечната обработка на данните от Националния статистически институт и Българската народна банка е основен елемент от информационното обезпечаване на държавната политика в областта на туризма. Чрез нея се осигурява текуща и съпоставима информация за динамиката на туристическите посещения, реализираните нощувки, приходите от нощувки, структурата на туристическите пазари, пътуванията на български граждани, международните туристически приходи и разходи и свързаните с тях ефекти върху икономиката.

Тази дейност има важно значение за проследяване на изпълнението на основните индикатори в сектора, за навременна оценка на пазарната среда и за идентифициране на рискове или положителни тенденции. Редовната обработка на статистическите данни подпомага подготовката на анализи, прогнози и управленски решения, включително във връзка с националната реклама, работата с приоритетни емитивни пазари, вътрешния туризъм и оценката на приноса на туризма към икономиката.

- **Обработване и анализ на информацията, постъпваща от НСИ, БНБ, областни и общински администрации, браншови организации и международни институции;**

Министерството на туризма ще обработва и анализира информация от различни национални, регионални, секторни и международни източници с цел изграждане на по-пълна и надеждна картина за развитието на туристическия сектор. Данните от официалната статистика следва да бъдат допълвани с информация от областни и общински администрации, туристически райони, браншови организации, летищни оператори, международни институции и други релевантни източници.

Този подход ще позволи по-задълбочено проследяване на динамиката по пазари, региони, сезони, видове туризъм и туристически продукти. Анализът на данните ще подпомага

оценката на ефективността на предприетите политики и мерки, включително по отношение на туристопотока, заетостта на легловата база, приходите, качеството на туристическите услуги, развитието на туристическите райони и необходимостта от допълнителни действия за подкрепа на сектора.

- **Изготвяне и предоставяне на статистическа информация за развитието на туризма в България на Световната туристическа организация, Европейската туристическа комисия, TourMIS и други международни институции и организации;**

Изготвянето и предоставянето на статистическа информация към международни институции и организации е необходимо за осигуряване на съпоставимост на данните, участие на България в международните туристически наблюдения и по-добро позициониране на страната в европейски и глобален контекст. Чрез тази дейност Министерството на туризма подпомага международната отчетност, обмена на информация и проследяването на развитието на България като туристическа дестинация спрямо конкурентни пазари.

Предоставянето на надеждна и навременна статистическа информация към Световната туристическа организация, Европейската туристическа комисия, TourMIS и други международни платформи и институции има значение и за видимостта на България на международния туристически пазар. Това подпомага анализа на пазарните тенденции, оценката на конкурентоспособността и вземането на решения при планиране на маркетингови, рекламни и партньорски инициативи.

- **Изготвяне и публикуване на статистически данни за туризма в интерактивен формат;**

Изготвянето и публикуването на статистически данни в интерактивен формат ще допринесе за по-голяма прозрачност, достъпност и практическа използваемост на информацията за развитието на туризма. Чрез визуализация на данни, интерактивни справки, карти, графики и динамични показатели ще се осигури по-лесен достъп до информация както за институциите, така и за бизнеса, общините, туристическите райони, академичната общност, медиите и гражданите.

Публикуването на данни в интерактивен формат ще подпомогне по-доброто разбиране на тенденциите в сектора, включително по отношение на входящия туризъм, вътрешния туризъм, нощувките, приходите, сезонността, регионалното разпределение на туристопотока и пазарната структура. Това ще създаде по-добра основа за планиране на политики, маркетингови дейности, инвестиции и регионални туристически продукти.

- **Очакван ефект от изпълнението на дейността.**

Изпълнението на дейностите по събиране, обработване, съхраняване, анализиране и представяне на статистически данни ще създаде по-надеждна информационна основа за

управление на туристическия сектор. Очакваният ефект е подобряване на качеството на анализите и прогнозите, по-обосновано планиране на публичните политики, по-добра оценка на ефективността на националната реклама и по-навременно идентифициране на промени в туристическото търсене.

В дългосрочен план тази дейност ще подпомогне прехода към управление на туризма, основано на данни, прозрачност и измерими резултати. Това е ключово условие за повишаване на конкурентоспособността на България като туристическа дестинация, за по-добро позициониране на бранд България, за развитие на туристическите райони и за увеличаване на икономическия принос на сектора.

8. Цялостна организационна промяна във връзка с контролната дейност на Министерството на туризма

- ***Подготовка на предложения за промени в Закона за туризма, свързани с контролните функции на министъра на туризма;***

През 2025 г. е стартиран процес по подготовка на предложения за изменения и допълнения в Закона за туризма чрез работа на експертна работна група, провеждане на консултации, събиране на предложения и последващо обществено обсъждане. Предвижданите промени ще обхванат правомощията на министъра на туризма в частта относно контролните функции по Закона за туризма, с цел създаване на по-ясна, ефективна и приложима рамка за упражняване на контрол в сектора.

Основната цел е да се преодолеят съществуващи практически затруднения при прилагането на контролните механизми, да се подобри координацията между компетентните органи и да се създадат условия за по-ефективно противодействие на нерегламентирани дейности, нелоялни практики и нарушения, които засягат качеството на туристическия продукт и защитата на потребителите.

- ***Преоценка на организационния модел за планиране, осъществяване и отчитане на контролната дейност;***

Предвижда се извършване на цялостна преоценка на действащия организационен модел за контрол от страна на Министерството на туризма. Тази преоценка ще обхване разпределението на функциите между административните звена, вътрешната координация, процедурите за планиране и извършване на проверки, начина на документиране и отчитане на резултатите, както и механизмите за последващи действия при установени нарушения.

Целта е контролната дейност да бъде по-добре структурирана, по-ефективна и по-насочена към реалните рискове в сектора. Това предполага преминаване към по-проактивен и аналитичен подход, основан на данни, сигнали, пазарна информация и оценка на риска, вместо преимуществено реактивен контрол.

• Подобряване на координацията с други институции, местни власти и контролни органи;

Контролната дейност в туризма изисква взаимодействие между Министерството на туризма, други централни и териториални органи на изпълнителната власт, общините, контролните органи, браншовите организации и туристическия бизнес. Поради това организационната промяна следва да предвиди по-ясни механизми за обмен на информация, съвместни действия, координирани проверки и последващ контрол.

Подобряването на междуинституционалната координация ще допринесе за по-ефективно прилагане на законовите изисквания, ограничаване на дублиращи се действия, по-бърза реакция при сигнали и по-добра защита на туристите и коректните участници на пазара.

• Засилване на контрола върху качеството на туристическите услуги и ограничаване на сивия сектор;

Организационната промяна в контролната дейност ще бъде насочена към повишаване на качеството, безопасността и прозрачността на туристическите услуги. Особен акцент ще бъде поставен върху спазването на изискванията при категоризация, регистрация, сертификация и вписване, върху дейността на туроператорите и туристическите агенти, върху предоставянето на услуги от правоспособни лица, както и върху контрола на туристически обекти и дейности, които имат пряко значение за потребителската защита.

Засилването на контролните механизми ще подпомогне ограничаването на сивата икономика, нелоялната конкуренция и нерегламентираното предоставяне на туристически услуги. Това е от значение както за защитата на българските и чуждестранните туристи, така и за създаването на равнопоставена среда за коректния бизнес.

• Използване на електронни инструменти, данни и сигнали за по-ефективен контрол;

В рамките на предвидената организационна промяна ще се търси по-активно използване на електронни системи, регистри, данни и механизми за обратна връзка с туристите и бизнеса. Това включва по-добро използване на наличната информационна среда в туризма, както и развитие на инструменти за подаване и проследяване на сигнали за проблеми с туристическата услуга, включително във връзка с туристически обекти, плажове, курорти, обслужване и други обстоятелства, които засягат качеството и сигурността на туристическото преживяване.

Прилагането на такъв подход ще позволи по-бърза идентификация на проблеми, по-добро приоритизиране на контролните действия и по-ефективно насочване на административния ресурс към дейности и обекти с по-висок риск.

Очакван ефект от изпълнението на дейността:

Очакваният ефект от организационната промяна е създаване на по-ясна, ефективна и устойчива рамка за упражняване на контрол в туристическия сектор. Това ще допринесе за по-добро качество на туристическите услуги, по-висока защита на потребителите, ограничаване на нерегламентираните дейности и повишаване на доверието в България като туристическа дестинация.

В дългосрочен план подобряването на контролната дейност ще подпомогне изсветляването на сектора, ще създаде по-добри условия за коректния бизнес, ще повиши ефективността на публичното управление и ще подкрепи изпълнението на политиката за устойчиво развитие на туризма.

Организационни структури, участващи в програмата:

Дирекция „Туристическа политика", Дирекция „Програмиране и управление на проекти", Дирекция „Концесиониране, наемна и регулаторна дейност в туризма" и Дирекция „Контролна и инспекционна дейност".

Отговорност за изпълнението на програмата

Ресорен зам.-министър, директорите на дирекция „Туристическа политика", дирекция „Програмиране и управление на проекти", дирекция „Концесиониране, наемна и регулаторна дейност в туризма" и дирекция „Контролна и инспекционна дейност".

Бюджетна прогноза по ведомствени и администрирани разходни параграфи на програмата „Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма" (в хил. евро)

№	7100.01.01 Бюджетна програма „Подобряване на политиките и регулациите в сектора на туризма."	Отчет 2023	Отчет 2024 г.	Закон 2025 г.	Проект 2026 г.	Прогноза 2027 г.	Прогноза 2028 г.
	1	2	3	4	5	6	7
I.	**Общо ведомствени разходи:**	**1 922,8**	**1 763,3**	**2 538,4**	**2 084,3**	**1 560,0**	**1 589,9**
	Персонал	1 078,2	1 150,7	1 044,2	1 052,9	1 054,5	1 054,5
	Издръжка	798,3	551,9	344,8	879,1	505,5	535,4
	Капиталови разходи	46,3	60,7	1 149,4	152,3	0	0

1	**Ведомствени разходи по бюджета на ПРБ:**	**1 588,3**	**1 757,3**	**2 538,4**	**1 915,6**	**1 391,3**	**1 421,2**
	Персонал	1 005,7	1 150,7	1 044,2	1 052,9	1 054,5	1 054,5
	Издръжка	565,5	545,9	344,8	710,4	336,8	366,7
	Капиталови разходи	17,1	60,7	1 149,4	152,3	0	0
2	**Ведомствени разходи по други бюджети и сметки за средства от ЕС**	**334,5**	**6.0**	**0,0**	**168,7**	**168,7**	**168,7**
	Персонал	72,5	0.0	0,0	0.0	0.0	0.0
	за Издръжка	**232,8**	**6.0**	**0.0**	**168,7**	**168,7**	**168,7**
	От тях за: **Проект „ PA3_CLOSE – Recovery through CuLture, tOuriSm and people-to-people contacts in the Danube Region* 2024 г.* • *Възстановени в 2023 г. по програми ОПИК,* **Стратегията на ЕС за Дунавския регион *DRP0100013 - PA3_CLOSE – Recovery through CuLture, tOuriSm and peoplE-to-people contacts in the Danube Region в проект 2026 и прогноза 2027-2028*	- 69,6	*6.0*		*168,7*	*168,7*	*168,7*
	Капиталови разходи	29, 2	0.0	0,0	0,0	0,0	0,0
	От тях за: *						
	1 Капиталови разходи по ЦБ за Национална капиталова програма	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
II.	**Администрирани разходни параграфи по бюджета на ПРБ****	**214,6**	**10 844.8**	**0.0**	**5 716,8**	**0,0**	**0,0**

	1. Хуманитарна помощ за лица търсещи временна закрила в Република България *Хуманитарна помощ на разселени лица о Украйна с предоставена временна закри в Република България*“ §43-00	214,6	10 838.7	0.0	5 716.8	0.0	0.0
	1. Капиталови разходи по ЦБ за Национална капиталова програма	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4. Държавна помощ за подпомагане на туристическия сектор за компенсиране на загуби, възникнали пряко/или косвено от ограниченията в дейността на предприятията поради въведените противоепидемични мерки – §43-00	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0
III.	Администрирани разходни параграфи по други бюджети и сметки за средства от ЕС**	**6 272,9**	**-11,7**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**
	1. Хуманитарна помощ за лица търсещи временна закрила в Репулбика България вследствие на военните действия в Украйна §43-00 (ФУМИ*2023 г.) 2.	6 272,9	- 11,7	0.0	0.0	0.0	0.0
	Капиталови разходи по ЦБ за Национална капиталова програма	0.0	0.0	0.0	0,0	0,0	0,0
	Общо администрирани разходи (II.+III.):	**6 487,5**	**10 833,1**	**0.0**	**5 716,8**	**0.0**	**0.0**
	Общо разходи по бюджета (I.1+II.):	**1 802,9**	**12 602,1**	**2 538,4**	**1 915,6**	**1 391,3**	**1 421,2**
	Общо разходи (I.+II.+III.):	**8 410,3**	**12 596,4**	**2 538,4**	**7 801,1**	**1 560,0**	**1 589,9**
	Численост на щатния персонал	49	45	55	54	54	54
	Численост на извънщатния персонал	2	2	2	2	2	2

7100.01.02 БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА "РАЗВИТИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ТУРИСТИЧЕСКА РЕКЛАМА И МЕЖДУНАРОДНО СЪТРУДНИЧЕСТВО В ОБЛАСТТА НА ТУРИЗМА"

Цели на бюджетната програма

Бюджетната програма „Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма“ е насочена към по-ефективно позициониране на България като конкурентна, разпознаваема, сигурна и предпочитана туристическа дестинация през четирите сезона. Програмата подкрепя изпълнението на държавната политика в областта на устойчивото развитие на туризма чрез развитие на националната туристическа реклама, прилагане на съвременни дигитални маркетингови инструменти, активна работа с приоритетни емитивни пазари и засилване на международното сътрудничество.

В условията на засилена конкуренция между туристическите дестинации, променящо се потребителско поведение, геополитическа несигурност и повишени транспортни разходи националната реклама следва да бъде целенасочена, измерима и резултатно ориентирана. Основната ѝ задача е да подпомогне увеличаването на туристическите посещения от чужденци, насърчаването на вътрешния туризъм, удължаването на сезона, повишаването на приходите от туризъм и засилването на приноса на сектора към икономиката.

1. Популяризиране на Бранд България и утвърждаване на позитивен имидж на страната сред различни целеви групи

Целта е България да бъде представяна като модерна, достъпна, сигурна и качествена туристическа дестинация, предлагаща разнообразен туристически продукт през четирите сезона. Популяризирането на туристическа марка „България“ следва да се осъществява чрез интегриран подход, основан на единна визия, ясно пазарно позициониране, последователен бранд мениджмънт и съобразяване с профила на различните целеви групи туристи.

В обхвата на тази цел попадат дейности за популяризиране на морския, културния, СПА и уелнес, балнео и здравния, винено-кулинарния, планинския, природолюбителския, градския, събитийния, конгресния и други специализирани видове туризъм. Чрез тях се цели не само увеличаване на туристопотока, но и повишаване на добавената стойност на туристическия продукт, удължаване на престоя, насърчаване на повторните посещения и по-равномерно териториално и сезонно разпределение на туристите.

Особен акцент следва да бъде поставен върху позиционирането на България на приоритетни емитивни пазари, включително близки пазари с автомобилен достъп, които имат стабилизираща роля при външни кризи и затруднения в авиационните превози. Наред с това следва да се работи за запазване и развитие на традиционните пазари, както и за привличане

на нови сегменти туристи с по-висока платежоспособност и интерес към специализирани туристически продукти.

2. Утвърждаване на позитивен имидж чрез иновативни дигитални кампании и платформи, както и разработване и въвеждане на модерни дигитални технологии в комуникационните платформи и канали

Дигиталният маркетинг е водещ инструмент за популяризиране на туристическите дестинации и за достигане до съвременния турист. Онлайн средата е основен канал за информиране, сравнение, избор, резервация и покупка на туристически услуги. Поради това националната туристическа реклама следва да бъде все по-силно ориентирана към дигитални канали, социални платформи, онлайн медии, съдържание за конкретни пазари, интерактивни формати и кампании, основани на данни.

В рамките на тази цел ще се прилагат иновативни дигитални кампании с ясно таргетиране по пазари, продукти и потребителски профили. Ще се търси по-добра измеримост на резултатите чрез проследяване на обхвата, ангажираността, поведението на потребителите, интереса към дестинацията и ефекта върху туристическото търсене. Така публичният ресурс за реклама ще бъде насочван по-ефективно към пазари и продукти с най-висок потенциал за принос към туристопотока, нощувките и приходите.

Особено значение ще имат кампаниите за вътрешния пазар и за съседни и близки държави, от които може да се пътува до България с автомобилен транспорт. Това е важен инструмент за реакция при нестабилност на авиационните превози, повишени транспортни разходи или промени в поведението на потребителите. Чрез активна реклама в социални платформи, телевизии, онлайн канали и партньорски медии може да се насърчи както вътрешното търсене, така и интересът на регионалните пазари към българския туристически продукт.

Дигиталното представяне следва да бъде допълвано от развитието на модерни комуникационни платформи и инструменти, включително мобилни приложения, интерактивно съдържание, виртуални маршрути, дигитални карти, тематични кампании, работа с инфлуенсъри, блогъри, влогъри, журналисти и създатели на съдържание. Тези инструменти могат да подпомогнат по-доброто представяне на туристическите райони, местните продукти, културните и природните ресурси, фестивалите, събитията и специализираните форми на туризъм.

3. Развитие на международното сътрудничество на Република България с международни органи и организации в областта на туризма

Международното сътрудничество е важен инструмент за позициониране на България като активен участник в европейската и световната туристическа политика. Чрез участието си в международни организации, инициативи, форуми и партньорства страната има възможност

да представя туристическия си потенциал, да обменя добри практики, да участва в съвместни проекти, да привлича внимание към националния туристически продукт и да укрепва връзките с ключови пазари и институции.

В обхвата на тази цел попадат дейности, свързани с участието на България в международни туристически изложения, борси, форуми, работни срещи, инициативи на международни организации, двустранни и многостранни формати на сътрудничество, както и действия за развитие на партньорства с чуждестранни туроператори, авиокомпании, професионални асоциации и институции. Участието в тези формати следва да бъде обвързано с ясни цели, приоритетни пазари, измерими резултати и единна рамка на националната маркетингова политика.

Особено значение има развитието на туристически представителства или туристически аташета на ключови емитивни пазари. Тяхната роля следва да бъде свързана с поддържане на активни контакти с туроператори, авиокомпании, медии, институции и професионални организации, подпомагане на българския бизнес при достъп до външни пазари, организиране на представяния и партньорски събития и предоставяне на актуална пазарна информация за тенденциите, търсенето и конкурентната среда.

Международното сътрудничество следва да подкрепя и участието на България в европейски и регионални инициативи, включително в рамките на Дунавската стратегия, партньорства за развитие на устойчив туризъм, културни и трансгранични маршрути, дигитализация, зелена трансформация и развитие на специализирани туристически продукти. Това ще допринесе за по-добро позициониране на страната, разширяване на партньорската мрежа и използване на възможностите за външно финансиране и съвместни инициативи.

Очакван ефект от изпълнението на програмата

Изпълнението на бюджетната програма ще допринесе за по-видимо и последователно позициониране на България като туристическа дестинация, по-ефективно използване на средствата за национална реклама, увеличаване на туристическите посещения, насърчаване на вътрешния туризъм и по-добро представяне на страната на международните пазари.

Очакваният ефект е повишаване на разпознаваемостта на бранд България, засилване на интереса към българския туристически продукт, удължаване на сезона, по-добро териториално разпределение на туристопотока, ръст на нощувките и приходите от туризъм и по-силен принос на сектора към устойчивото икономическо развитие на страната.

Целеви стойности по показателите за изпълнение

ПОКАЗАТЕЛИТЕ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ **7100.01.02 Бюджетна програма "Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма"**	**Целева стойност**			
Показатели за изпълнение	**Мерна единица**	***Проект 2026 г.***	***Прогноза 2027 г.***	***Прогноза 2028 г.***
1. Организиране на участие с рекламни щандове на международни и национални туристически изложения	Бр.	20	20	20
2. Осъществяване на комуникационни кампании на целеви пазари	Бр.	20	20	20
3.Популяризиране на специализирани видове туризъм и организиране на журналистически и експедиентски турове, включително чрез промотиране на тематични туристически маршрути	Бр.	5	8	6
4. Оптимизация и разширяване на функционалностите на официалния туристически сайт visitbulgaria.com	Бр.	1	1	1
5.Анализи на външни пазари по страни, изготвени от туристическите представителства за нуждите на бизнеса	Бр.	2	5	6

6.Организирани презентации за България в чужбина	Бр.	7	12	12
7. Организиране на работни посещения на високо ниво	Бр.	9	10	11
8. Изготвяне на проекти на международни споразумения в областта на туризма	Бр.	5	5	5
9.Участия на междуведомствени работни групи	Бр.	9	10	11
10. Съвместни инициативи за поддържане на активно сътрудничество с Европейската комисия, UN Tourism, ОИСР за координиране на европейските и глобални политики	Бр.	2	2	2
11. Реализиране на инициативи за привличане на преки чуждестранни инвестиции в туризма за повишаване на имиджа на България като туристическа дестинация	Бр.	2	3	4
12. Организиране на международни туристически събития	Бр.	3	3	3
13. Нови представителства с туристически аташета на РБ към посолства или консулски служби	Бр.	1	1	1

ПРОДУКТИ/УСЛУГИ, ПРЕДОСТАВЯНИ ПО ПРОГРАМАТА – ОПИСАНИЕ НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ И ИЗПЪЛНЕНИТЕ ДЕЙНОСТИ ЗА ТЯХНОТО ПРЕДОСТАВЯНЕ

През периода 2026–2028 г. дейностите по национална туристическа реклама и международно сътрудничество следва да бъдат реализирани в рамките на ревизиран и по-резултатно ориентиран модел на маркетингова политика. Основната цел е публичният ресурс

за реклама да бъде насочван към пазари, продукти и канали с най-висок потенциал за реален ефект върху туристопотока, броя на нощувките, приходите от туризъм и позиционирането на бранд България.

Маркетинговата стратегия следва да премине от преимуществено имиджов и дейностно ориентиран подход към интегриран модел, основан на анализ на пазари, ясно таргетиране, измерими показатели, партньорство с бизнеса и проследяване на резултатите. Това включва по-добра координация между участията в изложения, комуникационните кампании, дигиталния маркетинг, работата с туроператори и авиокомпании, развитието на местни туристически продукти и международното сътрудничество.

1. Популяризиране на българския туристически продукт чрез участие с национални и информационни щандове на международни туристически изложения в България и в чужбина

Участието на България в международни туристически и специализирани изложения следва да бъде обвързано с ясни цели, приоритетни пазари и очаквани резултати. Целта не е само имиджово представяне на страната, а постигане на конкретен ефект чрез увеличаване на видимостта на България, установяване и развитие на контакти с чуждестранни туроператори, туристически агенции, авиокомпании, медии и професионални организации, както и включване или разширяване на присъствието на България в програмите им за периода 2026–2028 г.

Представянето на България следва да се осъществява на регионален и продуктов принцип, съобразно спецификата на съответното изложение, профила на пазара и предлагането на съизложителите - туристически фирми, организации, общини и други партньори. Приоритетно следва да се представят туристически продукти с потенциал за удължаване на сезона, повишаване на добавената стойност и развитие на четирисезонно предлагане.

Участията в международни изложения следва да бъдат планирани след оценка на ефективността от предходни участия, включително брой проведени професионални срещи, нови контакти, последващи партньорства, медиен ефект, интерес към конкретни туристически продукти и потенциален принос към туристопотока. В тази връзка следва да се прилага по-строг подход при избора на изложения, формата на участие и участието на съизложители.

Предвижда се и участие в национални туристически форуми - общи и със специализиран характер, както и организиране на паралелни програми, включително дискусии, презентации, професионални срещи и съпътстваща реклама. Тези участия следва да бъдат насочени към по-добра координация между държавата, бизнеса, общините и туристическите райони.

2. Осъществяване на комуникационни кампании на основни целеви пазари с цел утвърждаване на позитивния имидж на България като дестинация и насърчаване на избора ѝ от целевите групи

Комуникационните кампании следва да бъдат изграждани на основата на ревизирана маркетингова стратегия, която ясно определя целевите пазари, целевите групи, туристическите продукти, комуникационните канали и очакваните резултати. Фокусът следва да бъде поставен върху кампании, които имат потенциал да повлияят върху реалния избор на България като туристическа дестинация, а не само върху общото имиджово присъствие.

Особено значение ще имат кампаниите за насърчаване на входящия туристопоток от целеви и перспективни пазари, включително чрез онлайн реклама, социални мрежи, дигитални платформи, специализирани медии и партньорски канали. В условията на геополитическа несигурност, повишени транспортни разходи и рискове при авиационните превози е необходимо засилено внимание към близките емитивни пазари и пазарите с автомобилен достъп до България, както и към пазари, при които България има конкурентно предимство като достъпна и сигурна дестинация.

Комуникационните кампании за вътрешния туризъм следва да бъдат насочени към запазване и развитие на интереса на българските туристи към почивки в страната, включително извън активните месеци на летния и зимния сезон. Акцентът следва да бъде върху кратки пътувания, уикенд туризъм, СПА и балнео, културен и събитиен туризъм, фестивали, гастрономия, природни маршрути и местни преживявания.

В рамките на комуникационните дейности ще се организират кръгли маси, презентации, пресконференции, B2B срещи и събития на основни целеви пазари. Тези събития следва да представят България не само като обща дестинация, а чрез конкретни продуктови линии - културно наследство, традиции, здравен и СПА туризъм, винено-кулинарни маршрути, морски и планински туризъм, събития, фестивали и други специализирани форми.

Публичните и медийни събития в рамките на международни значими прояви в страната и чужбина следва да бъдат използвани за целево позициониране на България по тематични направления и за сътрудничество с браншови организации, българо-чуждестранни дружества за приятелство, медии, инфлуенсъри и други партньори. Изработването на рекламни материали и сувенири следва да бъде подчинено на единна визуална и комуникационна концепция, съобразена с бранд България и с конкретните пазари.

3. Популяризиране на специализирани видове туризъм и организиране на експедиентски и журналистически турове, включително чрез промотиране на тематични туристически маршрути

Популяризирането на специализирани видове туризъм следва да бъде ключов инструмент за разнообразяване на българския туристически продукт, удължаване на сезона и

привличане на туристи с по-висока добавена стойност. В тази връзка ще се организират и подкрепят Press и FAM турове по културно-исторически, винено-кулинарни, балнео, СПА, природни, приключенски, градски, събитийни и други тематични маршрути.

Тези турове следва да бъдат насочени към чуждестранни журналисти, експедиенти, туроператори, блогъри, влогъри, инфлуенсъри, снимачни екипи и създатели на съдържание с доказан потенциал да генерират медиен интерес и последващо търсене към България. Приоритет следва да се дава на формати, при които може да се измери постигнатият ефект - публикации, репортажи, видео съдържание, социална ангажираност, достигната аудитория, последващи запитвания и включване на български продукти в програми на партньори.

Представянето на специализирани форми на туризъм - културно-познавателен, еко, балнео, СПА и уелнес, гурме и винен туризъм, спортен, конгресен, събитиен и други — ще допринесе за утвърждаване на България като дестинация през четирите сезона. Това е особено важно за преодоляване на зависимостта от масовия летен морски продукт и за повишаване на устойчивостта на туристическия сектор.

Ще се осигурява качествено специализирано съдържание чрез създаване и поддържане на база от видео, дигитални и печатни материали, снимково съдържание, авторски статии, интерактивни карти, атласи, виртуални разходки, AR/VR материали и други формати. Това съдържание следва да бъде използвано не само в националната реклама, но и от общините, туристическите райони, бизнеса и партньорските организации.

4. Оптимизация и разширяване на функционалностите на официалния туристически портал VisitBulgaria

Официалният туристически портал VisitBulgaria следва да бъде развит като дигитален канал за представяне на България като туристическа дестинация. Оптимизацията му трябва да бъде част от цялостната ревизия на маркетинговата стратегия, като порталът се превърне не само в информационен сайт, а в активно маркетингово, аналитично и комуникационно средство.

Предвижда се подобряване на потребителския интерфейс и навигацията /UI/UX/, така че информацията да бъде леснодостъпна от различни типове устройства и за различни профили потребители. Следва да се развиват интерактивни модули, включително карти с туристически маршрути, събития и фестивали, виртуални обиколки, филтри по интереси, региони и сезони, както и тематично съдържание за различни видове туризъм.

Порталът следва да бъде интегриран със социални мрежи, видеоплатформи, туристически агрегатори и партньорски канали, така че съдържанието да достига до по-широка аудитория и да бъде използваемо в различни кампании. Въвеждането на персонализирани препоръки според интересите на посетителите, включително чрез AI-

базирани предложения и достъпни формати като text-to-speech, може да повиши качеството на потребителското преживяване и да улесни планирането на пътувания.

Следва да бъдат разширени функционалностите за туроператори, партньори, общини и туристически райони, включително чрез B2B зона, календар на събитията, възможност за директно подаване на информация, заявяване на партньорства и споделяне на съдържание. Особено важно е подобряването на SEO оптимизацията и аналитичните инструменти, за да се проследява потребителското поведение и ефективността на дигиталните кампании.

5. Акции по насърчаване на продажбите с големи чуждестранни туроператори, авиокомпании, сдружения и други партньори

Акциите по насърчаване на продажбите следва да бъдат насочени към постигане на измерим ефект върху туристопотока, капацитета на предлаганите програми, въздушната свързаност и присъствието на България в програмите на ключови партньори. Това предполага по-активно договаряне на съвместни маркетингови кампании с водещи чуждестранни туроператори, авиокомпании, професионални сдружения и платформи за туристически услуги.

Съвместните кампании следва да бъдат обвързани с конкретни цели - увеличаване на продажбите към България, включване на нови български продукти в програмите на партньорите, удължаване на сезона, развитие на нови маршрути, насърчаване на чартърни и редовни линии или достигане до нови целеви групи. Подкрепата за съвместни брандирани кампании в дигитални и традиционни медии следва да се предоставя при ясни условия, прозрачност и възможност за оценка на резултатите.

В рамките на тази дейност ще се организират търговски форуми, B2B събития, roadshows и презентации с ключови партньори. Следва да се търси договаряне на целеви маркетингови инвестиции срещу ангажимент за увеличен туристопоток, разширяване на програмите към България или по-добро позициониране на страната в продажбените канали на партньорите.

6. Активна работа с местната власт за развитие и промотиране на туристически продукти

Работата с местната власт е ключова за създаване и промотиране на ефективни, съвременни и конкурентни местни туристически продукти. Целта е националната реклама да бъде по-добре свързана с реалното туристическо предлагане на регионите и да подкрепя както вътрешния, така и входящия туризъм.

Чрез сътрудничество с общините, организациите за управление на туристическите райони и местния бизнес ще се насърчава създаването на атрактивни продукти, основани на фестивали, събития, културно наследство, СПА и балнео, гастрономия, винен туризъм, природни маршрути и местни традиции. Тези продукти следва да бъдат интегрирани в общата

национална маркетингова политика, така че да допринасят за удължаване на сезона и по-равномерно разпределение на туристопотока.

Особен акцент следва да бъде поставен върху формулирането на нови регионални и продуктови брандове.

7. Домакинство и използване на значими международни събития с голямо медийно покритие

Домакинството на значими международни събития с голямо медийно покритие следва да бъде използвано като инструмент за позициониране на България като модерна, сигурна, активна и привлекателна туристическа дестинация. Подобни събития създават възможност за съчетаване на туризъм, спорт, култура, международно присъствие, медийна видимост и икономически ефект.

В тази връзка домакинството на етапи от международното колоездачно състезание Giro d'Italia - Grande Partenza следва да бъде разглеждано не само като спортно събитие, а като възможност за интегрирана туристическа комуникация. То може да бъде използвано за представяне на природни, културни, градски и регионални маршрути, за популяризиране на България пред международна аудитория и за създаване на съдържание с дългосрочен комуникационен ефект.

При домакинство или участие в подобни събития следва предварително да се планират комуникационни цели, ключови послания, партньорства, медийни формати, дигитално съдържание и последващо използване на материалите в националната реклама. Така ефектът от събитията може да бъде мултиплициран отвъд самото им провеждане.

8. Ресурсна обвързаност и резултатно ориентирано планиране на средствата за реклама

Предложенията за средства за реклама за 2026 г., разработени от дирекция „Маркетинг и реклама“ в рамките на разходните тавани и прогнозата на Министерството на туризма, следва да бъдат обвързани с ревизирания подход към националната маркетингова политика. Представените обяснителни записки и стойности по недостиг за 2026 г. следва да бъдат аргументирани не само с необходимостта от изпълнение на отделни дейности, а с очаквания им принос към ключовите индикатори за сектора.

Това означава средствата за реклама да бъдат планирани и оценявани спрямо очакван ефект върху входящия туристопоток, вътрешния туризъм, нощувките, приходите, пазарната диверсификация, удължаването на сезона и разпознаваемостта на България като туристическа дестинация. Необходимо е да се въведе по-ясна връзка между разходите за реклама, конкретните пазари, използваните канали и измеримите резултати.

Ревизираният модел следва да допуска пренасочване на средства към по-ефективни канали и пазари, когато данните показват по-висок потенциал за възвръщаемост. Това е

особено важно в условия на променяща се международна среда, нестабилност при авиационните превози и засилена конкуренция между туристическите дестинации.

9. Международно сътрудничество в областта на туризма

Целта е подобряване на имиджа на България като туристическа дестинация, разширяване на международното присъствие и повишаване на входящия туристопоток чрез активна външна политика в сферата на туризма.

Международното сътрудничество следва да бъде пряко свързано с целите на националната туристическа реклама и с позиционирането на България на ключови емитивни пазари. То не трябва да се разглежда само като протоколна или представителна дейност, а като инструмент за изграждане на партньорства, увеличаване на туристическия обмен, развитие на нови маршрути, подобряване на свързаността и популяризиране на България като целогодишна туристическа дестинация.

9.1. Провеждане на чуждестранни посещения и срещи на държавно и правителствено равнище

Чуждестранните посещения и срещи следва да бъдат използвани за целенасочено представяне на България като сигурна, модерна, достъпна и качествена туристическа дестинация на ключови пазари. Подготовката им трябва да свързва политическия и институционалния диалог с конкретни възможности за увеличаване на туристическия обмен.

В рамките на тези посещения следва да се инициират стратегически партньорства за създаване на нови туристически маршрути, насочени към приоритетни пазари, както и за по-добро позициониране на български туристически продукти чрез съвместни инициативи, медийни формати и бизнес срещи.

9.2. Координация и реализация на участието на България в двустранни комисии за сътрудничество

Участието на България в двустранни комисии за сътрудничество следва да бъде използвано за представяне на конкретни предложения за увеличаване на двустранния туристопоток. Акцентът следва да бъде върху пазари, при които има потенциал за ръст, възстановяване или развитие на нови продуктови ниши.

В рамките на двустранното сътрудничество могат да бъдат създавани работни групи за развитие на културен, винен, балнео, СПА, здравен, събитиен и друг специализиран туризъм, които да обвържат конкретни дестинации в България с международни пазари и партньори.

9.3. Договорно-правна база и публично-частни партньорства

Договорно-правната база в областта на международното сътрудничество следва да бъде развивана така, че да създава условия за реален туристически обмен, а не само за общи декларации за намерения. При подготовката на споразумения следва да се включват мерки за

стимулиране на туроператорите и авиокомпаниите да развиват чартърни и редовни линии към България, както и клаузи за взаимно промотиране на туристически продукти.

Публично-частните партньорства могат да имат важна роля при реализацията на съвместни кампании, международни събития, B2B формати, роудшоута и инициативи за развитие на конкретни пазари. Подобни партньорства следва да се реализират при прозрачни правила, ясно разпределение на ангажиментите и измеримост на постигнатите резултати.

9.4. Членство и активно участие в европейски и международни организации

Активното участие на България в европейски и международни организации в областта на туризма следва да се използва за по-добро позициониране на страната в ниши, в които има конкурентни предимства - културно-историческо наследство, здравен, СПА и балнео туризъм, винено-кулинарен туризъм, природолюбителски и устойчив туризъм.

Чрез европейските политики, фондове и инициативи следва да се търсят възможности за реализиране на проекти, насочени към повишаване на международната разпознаваемост на България, развитие на устойчив и зелен туризъм, обмен на добри практики и включване на страната в общоевропейски маршрути и инициативи.

В този контекст е предложено от 2026 г. да стартира ново членство на Република България в Световния съвет по пътувания и туризъм, като прогнозно за 2027 и 2028 г. са предвидени по 55,9 хил. евро за всяка от годините. Предстои официална документация за подписване на членството. Това членство може да допринесе за по-добра международна видимост на България, достъп до експертиза, глобални анализи и партньорска мрежа в сектора.

9.5. Международни събития

Организирането и домакинството на международни събития следва да бъдат насочени към позициониране на България като дестинация за различни нишови и високостойностни видове туризъм. Провеждането на международни събития у нас с участието на ключови чуждестранни партньори може да има съществен ефект върху имиджа на страната, върху контактите с бизнеса и върху възможността за развитие на нови туристически продукти.

Домакинството на значими международни събития с голямо медийно покритие следва да се използва за изграждане на мрежа от контакти, насочена към увеличаване на туристическия обмен, разширяване на международното присъствие на България и създаване на дългосрочни партньорства с туроператори, авиокомпании, медии, организации и институции.

Очакван ефект от изпълнението на дейностите

Изпълнението на посочените продукти и услуги ще допринесе за по-добро позициониране на бранд България, по-ефективно използване на средствата за национална туристическа реклама и по-силна връзка между маркетинговите дейности и реалните

резултати в сектора. Очаква се повишаване на разпознаваемостта на България, насърчаване на входящия туристопоток, подкрепа за вътрешния туризъм, удължаване на сезона и по-добро представяне на специализираните туристически продукти.

В дългосрочен план ревизираният, целенасочен и измерим подход към маркетинга и международното сътрудничество ще подпомогне увеличаването на туристическите посещения, броя на нощувките, приходите от туризъм и приноса на сектора към БВП, както и утвърждаването на България като сигурна, достъпна, конкурентна и целогодишна туристическа дестинация.

Ангажименти за участия в представителствата на международни организации, които включват и организация на домакински събития, които се финансират от бюджета на МТ в евро прогнозно са:

Организация на събития в рамките на международни организации	Закон 2025 г.	Проект 2026 г.	Прогноза 2027 г.
Провеждане на международни форуми в рамките на WTTC, ESPA, UNWTO и форум в рамките на председателството на Дунавската стратегия на ЕС	452,5 хил. евро	767 хил. евро	511,3 хил. евро
Giro d'Italia** /Bulgaria Grande Partenza/ - 2026 г.		1 170,0 хил. евро /за МТ по разчети, Съгл. параметри по ЦБ средствата за МТ и ММС и МРРБ са одобрени съгласно РМС	

		836/28.11.2025 г. ; РМС № 166/2026 г. за финансирането; размер за МТ е 1, 170 млн. евро;	

** Министерство на туризма - РМС за проект Giro d'Italian - Bulgaria Grande Partenza (Решение по т. 31 от Протокол № 32 от заседание на МС на 06.08.25 г.) – Заявено по реда на приложения по Централен бюджет /Приложение 4/, вкл. в програмата **7100.01.02 към Администрирани разходни параграфи по други бюджети и сметки за средства от ЕС**** /по сметка на ЦБ за 2026 г./.

Излагаме някои предложения /по пазари за 2026 г./ по дейността на министерството за **провеждане на срещи и инициативи от страна на туристическите представителства в приемащата страна за разширяване на институционалните контакти, идентифициране на нови сфери на сътрудничество и създаване на условия и предпоставки за разширяване на бизнес контактите,** както следва:

ДЕЙНОСТИ НА ПАЗАР ТУРЦИЯ

- Участие в международни туристически изложения (EMITT – Истанбул, Travel Turkey – Измир, Antalya Tourism Fair - Анталия).
- Участие в GlobeMeets Networking – B2B събитие за FIT, MICE и културен туризъм.
- Организиране на културни и кулинарни събития, семинари и B2B срещи самостоятелно или съвместно с TÜROB, TÜRSAB, TURKISH AIRLINES и др.
- Провеждане на тематични промоционални кампании през годината – зима, пролет, лято, есен.
- Инфлуенсърски програми и организирани турове за популяризиране на дестинация „България“ в социалните мрежи.
- Медийна реклама в печатни издания, телевизия, онлайн платформи.
- Организиране на официални презентации и коктейли за местните браншови организации, дипломатическия корпус, представители на публичните институции, бизнеса и медиите.

Вкл. по годишен календар

Месец	**Дейност**	**Съдържание**	**Бюджет в евро**
Януари – Февруари	EMITT – Istanbul	Национален щанд	*Дирекция МР*
	Презентация зимен туризъм + коктейл – Истанбул	Представяне пред туроператори, дип. корпус, бизнес, медии	20 000
Март – Април-Май	Пролетна кампания „Уикенд в България“	Презентации и B2B срещи в Анкара, Бурса и Одрин, + онлайн реклама	7 000
	Инфлуенсър тур – „Култура и история“	Културно-исторически забележителности, еко и селски туризъм	30 000
	Дни на българската култура и туризъм – Истанбул	Фото изложба, представяне на български фолклор, вино дегустации, мини туристически щандове	30 000
	Медийна реклама	Статии в печат и онлайн публикации	6 000
Юни – Юли	Лятна кампания „Море в България“	Онлайн реклама + видео спотове	25 000
	Инфлуенсър тур „Черноморско лято“	Варна, Бургас, Албена, Несебър	30 000
	Реклама в ТВ и онлайн	Show TV, CNN TÜRK, Bloomberg, Milliyet, Hürriyet, YouTube Ads/Google Ads	40 000

Септември – Октомври	Фестивал „Вино и гастрономия“	Дегустации + инфо зона	30 000
	GlobeMeets Networking	B2B събитие за FIT, MICE и културен туризъм	5 000
	Презентация + коктейл – Анкара	„България – целогодишна дестинация“ - представяне пред дип. корпус, бизнес, туризъм, медии	12 000
	Медийна реклама	Туристически списания TourMag, TurizmAktüel + онлайн кампании	6 000
Декември	Travel Turkey İzmir	Щанд, презентации, материали	30 000
	Зимна кампания „Ски и СПА“	Онлайн промоция + печатни публикации	10 000
	Инфлуенсърски зимен тур	Банско/Боровец/Пампорово + Балнео и СПА	30 000
	Презентация + B2B – Истанбул, Бурса, Измир	Представяне на зимен, СПА и винен туризъм	20 000

Общ прогнозен бюжет към проекта на 2026 г. - приблизително 331, 0 хил. евро.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ПАЗАР ГЕРМАНИЯ 2026 Г.

№ по ред	Събитие	Ориентировъчен период на провеждане	Индикативна стойност в евро
1.	Организиране на тематични презентации пред туроператори и журналисти, съвместно с почетните консули на Р България в Германия в гр. Мюнстер и Хамбург	м. април и май	10 000
2.	Отбелязване на международния ден на туризма – 27. септември с презентация и	септември	2 000

	дискусия с туроператори и журналисти в Берлин		
3.	Реализиране на премиум партньорство между Националното туристическо представителство в Германия и Съюза на травел журналистите CTOUR-Touristik.Forum – отразяване на събития, културен календар, акценти, интервюта и др.	цялата година	5 000
4.	Участия с имиджови статии и ПР съобщения в периодичните бюлетини на специализираните туристически издания: FVW, Reise vor9, Touristik Aktuell	март, април, ноември, декември	10 000
6.	Туристически семинар „Изживей България“ / „Erlebe Bulgarien“ съвместно с туристическата медия *FVW / Travel Talk* – ТО, ТА и журналисти.	юни	85 000
7.	Участие в наградите на Съюза на германските туристически представителства „Corps Touristique“ за отличаване на устойчиви туристически продукти и дестинации с медийния партньор - TravelBOOK	ноември	5 000
8.	Имиджови публикации в специализирани медии – Reisereporter, Travelbook, Urlaubsguru и др.	цялата година	50 000

Общ прогнозен бюзжет към проекта на 2026 г. - приблизително 167, 0 хил. евро

ПРОГРАМА НА МЕЖДУНАРОДНИ ФОРУМИ И КОНФЕРЕНЦИИ 2026 Г. В РЕПУБЛИКА ПОЛША, В КОИТО Е ПРЕПОРЪЧИТЕЛНО УЧАСТИЕ НА БЪЛГАРИЯ

Но ред	Наименование	Място на провеждане	Периода на провеждане	Насока	Приблизителна стойност в евро
1	10 Конкурс „Моето българско пътуване“, церемония по	Варшава	1 или 2 март	B2C	3 500 /наем зала и кетъринг/

	награждаване и откриване на изложба „България в очите на поляците“				
2	17 Международен панаир за туризъм и отдих	Арена Тарчински Вроцлав	27-29 март	B2B; B2C	32 000 /вкл. площ + щанд + всички такси + транспорт на материали + командировка НТП + 1 участник от м-вото/
3	IX Международна контактна борса ALLinTOO	ТВС	март	B2B	4 000 /вкл. транспорт на материали + такса участие + командировка НТП/
4	Контактна борса Meet the Bidder	Варшава	март	B2B	3 500 /вкл. транспорт на материали/
5	XVIII Фоум за промоция на туризма, Wasza Turystyka	ТВС	април/май	B2B	750 /вкл. командировка в страната на НТП/
6	Фестивал на пътуванията и свободното време: „Пикник над Одер“/ Туристическо изложение „Маркет тур“	Шчечин	9-10 май	B2C	4 500 /вкл. наем на площ + щанд + транспорт на материали + командировка НТП/
7	Meet the Bidder Luxury and MICE Summer Edition	Варшава	юни	B2C	3 100 /вкл. такса участие/

8	Международен туристически панаир „Тур салон“	Познан	октомври	B2C; B2B	5 000 /вкл. наем на площ + щанд + ком-ка НТП + + 1 участник от м-вото/
9	X Международна контактна борса ALLinTOO	ТВС	октомври	B2B	4 000 /вкл. транспорт на материали + такса участие + командировка НТП/
10	XIV Фоум за промоция на туризма, Wasza Turystyka	ТВС	октомври/ ноември	B2B	750 /вкл. командировка в страната на НТП/
11	IV Международно туристическо изложение ITTF	Варшава	октомври/ ноември	B2C; B2B	240 000 /вкл. площ + щанд + всички такси + транспорт на материали + командировка + 2 участника от м-вото/
12	Meet the Bidder, Grand Edition	Варшава	ноември	B2C	3 100 /вкл. такса участие/
13	Международно изложение за пътувания и туризъм TTWarsaw	Надажин, Варшава	октомври/ ноември	B2C; B2B	8 000 /вкл. площ 16m2 + щанд + всички такси + транспорт на материали + 1 участник от м-вото/

14	48 Туристическа изложба HUNGEXPO	Будапеща	февруари	B2C; B2B	87 000 /вкл. площ + щанд + всички такси + транспорт на материали + командировка НТП + 1 участник от м-вото/
15	34 Изложение за международен и регионален туризъм	Прага	март	B2C; B2B	100 000 /установяване на бюджет, който да включва всичко до тази сума

Общ прогнозен 2026 г. бюджет по изброените предложения до приблизително 499, 2 хил. евро.

Взаимоотношения с други институции:

1. Координация със задграничните представителства на България

- Провеждане на срещи и инициативи от страна на туристическите представителства в приемащата страна за разширяване на институционалните контакти, идентифициране на нови сфери на сътрудничество и създаване на условия и предпоставки за разширяване на бизнес контактите;
- Разработване на целенасочени маркетингови кампании за популяризиране на България като дестинация на местните пазари;
- Идентифициране на нови туристически сегменти и създаване на предпоставки за разширяване на пазара.

2. **Контакти и обмен на информация с дипломатическите мисии, СТИВ и културни институти в чужбина**

- Системно предоставяне на информация за нови продукти, обекти и събития в България;
- Създаване на база данни за туристически интереси в различните държави за по-добро таргетиране.

3. **Междуведомствена координация за улеснен достъп**

- Координиране дейността с други ведомства по разработването на мерки за облекчаване на формалностите по пристигането и пребиваването на чуждестранни туристи в Република България и по гарантирането на тяхната сигурност;
- Осъществяване на контакти и обмен на информация със съответните служби в държавни институции и организации и други в съответните страни по въпроси на външната туристическа политика, като информира Министерството на външните работи и другите заинтересувани министерства и ведомства;
- Насърчаване на активното участие на туристическия бизнес в международни браншови организации;

5. **Партньорства със страни от региона**

- Подпомагане представянето на Република България в международни форуми от високо равнище и насърчаване на партньорствата с държавни, регионални и местни институции от дунавските страни
- Съвместни трансгранични проекти с държави от Дунавския и Черноморския регион;
- Разработване на интегрирани туристически маршрути

Активно участие в ОИСР

- Развитие на международното сътрудничество в рамките на Комитетите на ОИСР, което да гарантира достъп до добри практики и нови туристически пазари;
- Използване на членството за привличане на стратегически инвеститори.

6. **Участие в работата на международни туристически организации и смесени комисии**, в т.ч. Световната организация по туризъм към ООН, Европейската туристическа комисия, Организацията за Черноморско икономическо сътрудничество, Организацията за икономическо сътрудничество и развитие и др.;
7. По инвестиционна програма са заложени в програмата 7100.01.02 средствата за проект: **Изграждане на нова свързана мрежа базирана чрез обновяване на IT - инфраструктурата** дейността е предвидена в разчетите за 2026-2028 г. г., с първоначално прогнозни стойности, заложена за ивестиционен проект по cpv-32420000-3.

Наименование на инвестиционен проект по приложението:

Изграждане на нова свързана мрежа базирана чрез обновяване на IT - инфраструктурата /бизнес анализ, проектиране и изграждане за целите на туристически данни и единна цифрова входяща точка: по години разпределено, съгл. възможностите на разходните тавани: 175,5 хил. евро в първата година на стартиране, следват разчети за 2027 и 2028 г. в общ размер 567, 5 хил. евро;

Съгласно възможностите на бюджетните рамки за 2027 г. Министерството на туризма предвижда стартиране на нова мярка: Създаване на фонд за насърчаване на чартърни полети и привличане на нови авиопревозвачи в рамките на планирания Фонд Бранд България. Това е мярка с разходен характер, тъй като изисква ресурс от държавния бюджет, общински отчисления или друг публично-частен финансов механизъм, но икономическият ефект от мярката следва да се оценява не само през първоначалния разход, а през допълнителния туристически поток, реализираните нощувки, потреблението в местната икономика и последващите данъчни постъпления. В представените проекти на управленската програма по ведомства Министерството на туризма предлага фонд за директно субсидиране на чартърните линии. Фондът следва да се администрира при ясни критерии: целеви пазари, сезонност – в крилете на сезона май, юни и септември, минимален престой, недопускане на двойно финансиране и публичност на получателите.

При базов годишен сценарий с ресурс на фонда в размер на **20 млн. евро** и подпомагане до **50 евро на реално заета туристическа седалка**, механизмът би могъл да подкрепи приблизително **400 000 заети седалки**, съответно около **400 000 доведени туристи годишно**. При допускане, че всеки доведен турист реализира среден разход в България в размер на **1 500 евро**, фондът има потенциал да мобилизира приблизително **600 млн. евро пряк допълнителен икономически оборот** в туризма.

Бюджетна прогноза по ведомствени и администрирани разходни параграфи на програмата „Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма”

(в хил. евро)

№	7100.01.02 Бюджетна програма „Развитие на националната туристическа реклама и международно сътрудничество в областта на туризма””	Отчет 2023 г.	Отчет 2024 г.	Закон 2025 г.	Прогноза 2026 г.	Прогноза 2027 г.	Прогноза 2028 г.
	1	2	3	4	5	6	7
I.	**Общо ведомствени разходи:**	**8 395,2**	**9 807,4**	**9 760,4**	**10 024,4**	**9 971, 2**	**9 727,1**
	Персонал	368,0	423,4	445,9	454,1	423,5	

							423,5
	Издръжка	8 025,2	9 384,0	9 309,4	9 389,7	9 289,6	8 989,2
	Капиталови разходи	2,0	0,0	5,1	180.6	258,1	314.4
1	**Ведомствени разходи по бюджета на ПРБ:**	**8 395,2**	**9 807,4**	**9 760,4**	**10 024,4**	**9 971, 2**	**9 727,1**
	Персонал	368,0	423,4	445,9	454,1	423,5	423,5
	Издръжка	8 025,2	9 384,0	9 309,4	9 389,7	9 289,6	8 989,2
	Капиталови разходи	2,0	0,0	5,1	180.6	258,1	314.4
2	**Ведомствени разходи по други бюджети и сметки за средства от ЕС**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**
	Персонал	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Издръжка	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Капиталови разходи	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
II.	**Администрирани разходни параграфи по бюджета на ПРБ****	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**
III.	**Администрирани разходни параграфи по други бюджети и сметки за средства от ЕС****	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**1 170,0**	**20 000,0**	**20 000,0**

	Giro d'Italia за 2026 г. **/Ст-ст прогнозно към дейност на РЕШЕНИЕ № 166 НА МИНИСТЕРСКИЯ СЪВЕТ ЗА ОДОБРЯВАНЕ НА ФИНАНСИРАНЕ ЗА 2026 Г. ЗА ОБЕЗПЕЧАВАНЕ НА ДЕЙНОСТИ ВЪВ ВРЪЗКА С ПРОВЕЖДАНЕТО НА ТЕРИТОРИЯТА НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ МАЙ 2026 Г. НА GIRO D'ITALIA - BULGARIA GRANDE PARTENZA**				1 170,0		
	ФОНД – БРАНД БЪЛГАРИЯ				**0,0**	**20 000,0**	**20 000,0**
	Общо администрирани разходи (II.+III.):	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**1 170,0**	**20 000,0**	**20 000,0**
	Общо разходи по бюджета (I.1+II.):	**8 395,2**	**9 807,4**	**9 760,4**	**10 024,4**	**9 971, 2**	**9 727,1**
	Общо разходи (I.+II.+III.):	**8 395,2**	**9 807,4**	**9 760,4**	**11 194,4**	**29 971, 2**	

							29 727,1
	Численост на щатния персонал	18	20	26	26	26	26
	Численост на извънщатния персонал	0	0	0	0	0	0

Организационни структури, участващи в програмата

Дирекция „Маркетинг и реклама“ и дирекция „Международна дейност и визови режими“.

Отговорност за изпълнението на програмата

Ресорен зам.-министър, Директорът на дирекция „Маркетинг и реклама“ и директорът на дирекция „Международна дейност и визови режими“.

7100.02.00 БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА "АДМИНИСТРАЦИЯ"

Цели на бюджетната програмата

Основна цел на програмата е подобряване държавното управление в областта на туризма и повишаване професионалните умения на администрацията.

Организационни структури, участващи в програмата

Дирекциите от общата администрация и административни структури и служители на пряко подчинение на министъра на туризма.

Отговорност за изпълнението на програмата

Главен секретар, Директорите на дирекциите от общата администрация и ръководителите на административни структури на пряко подчинение на министъра на туризма, както и служители на пряко подчинение на министъра на туризма.

Външни фактори, които могат да окажат въздействие върху постигането на целите на програмата

✓ Възникване на нови нормативни задължения и необходимост от координация с други ведомства и/или юридически лица;

✓ Недостиг на финансови средства не позволяващи на практика да се приложат всички нормативни изисквания за осъществяване дейностите;

✓ Ограничения във времето за подготовка и провеждане на процедури и сключване на договори по реда на ЗОП;

✓ Фактори, които водят до непредвидимост на разходите относно отопление и др. вид разход в Показател *Издръжка.*

Информация за наличността и качеството на данните

За изготвяне прогнозата и актуализирана бюджетна прогноза за 2026-2028 г. е използвана информация от налични източници в административните звена.

Предоставяни по програмата продукти/услуги (ведомствени разходни параграфи)

В тази програма се изпълняват дейностите, които подпомагат изпълнението на останалите програми за постигането на стратегическите цели на МТ. Тъй като дейностите обслужват предоставянето на услугите, формиращи програмите, разходите за тях са изведени в самостоятелна програма "Администрация".

Дейности за предоставяне на продукта/услугата:

✓ Изпълнение на конкретни одитни ангажименти за даване на увереност или консултиране.

✓ Вътрешен административен контрол върху дейността на организационните структури, административните звена и служителите в министерството;

✓ Предварителен контрол за законосъобразност преди вземане на решения и извършване на действия;

✓ Спазване на изискванията на Закона за защита на класифицираната информация и други нормативни актове, регламентиращи защитата на класифицираната информация;

✓ Участие в разработването и съгласуването на проекти на нормативни актове;

✓ Процесуално представителство на министерството пред съдилищата;

✓ Разработване на проектобюджет на министерството в програмен формат и по Единна бюджетна класификация;

✓ Отчет на изпълнението на бюджета, на сметките за средства от Европейския съюз и чужди средства;

✓ Счетоводно и касово отчитане, изготвяне на оборотни ведомости и годишен финансов отчет;

✓ Деловодно обслужване и опазване на класифицираната информация;

✓ Програмно и техническо осигуряване на администрацията на МТ;

✓ Материално-техническо снабдяване и транспортно обслужване;

✓ Административно обслужване на юридически и физически лица на "едно гише";

✓ Протоколната дейност на министерството и организиране на дейности;

✓ Управление и организационно развитие на човешките ресурси.

За реализиране на дейността на дирекция от дирекция Административно-правно дейности” е предложила следното преразпределение за 2026 г.:

№	**Бюджетна програма/Описание на специфичните дейности за които са необходими бюджетни средства**	**Мотиви**	**Сума в лева**
1	**Бюджетна програма "Администрация" за АПД**		
а		Договори за оказване на експертно съдействие	Приблизителна стойност до 12 500 евро.

б		Договори за процесуално представителство и защита, касаещи дела с висок материален интерес или с фактическа и правна сложност, изискваща специални познания в областта на вещното, търговското и наказателното право, приблизително до 2 броя	Приблизителна стойност до 10 900 евро.
в		Специализирано обучение на дирекцията	Приблизителна стойност до 4 700 евро.
г		Държавни такси, експертизи, разходи за снабдяване на съдебни книжа	Приблизителна стойност до 5 200 евро.
д		Разходи за електронно управление, с приложена записка за необходимостта от проектите	113 700 евро

При разработване на Прогнозата са спазени указанията на МФ за Подготовката и представянето на проекта за 2026 г. и прогнозата за **периода 2027-2028 г.** на първостепенните разпоредители бюджет, към разходите са вкл. средствата предложени по Приложение (Справка за Изменения в политиката, структурата и основните допускания (+/-) за периода 2026-2028 г.) и Приложиние 2иа и Приложиния 2иб с предложения за обекти по инвестиционна програма, вкл. за администрацията и за разходите за ИКТ и ЕУ.

Финансовата информация за „Слънчев бряг“ АД не се обобщава в приложенията по отчета, бюджета и прогнозата за Министерството на туризма.

Представена е в кореспонденция, съгласно указания с БФ № 2 от 18.05.2026 г., с № И 05-18-12 от 20.05.2026 г. на Слънчев бряг АД /инф. вкл. Приложение № 10а, и Прогнозен доклад за периода 2026-2028 г., представени от г-жа Соня Енилова, изпълнителен директор на „Слънчев бряг“ АД.

Бюджетна прогноза по ведомствени и администрирани разходни параграфи на програмата ***(в хил. евро)***

№	7100.02.00 Бюджетна програма „Администрация”	Отчет 2023	Отчет 2024	Закон 2025 г.	Проект 2026 г.	Прогноза 2027 г.	Прогноза 2028г.
	1	2	3	4	5	6	7
I.	**Общо ведомствени разходи:**	**1 808,2**	**2 072,8**	**2 435,6**	**2 522,4**	**2 161,8**	**2 139,4**
	Персонал	1 102,3	1 245,4	1 360,8	1 594, 6	1 310,6	1 310,6
	Издръжка	649,0	785,9	821,7	763,1	763,2	763,2
	Капиталови разходи	56,9	41, 5	253,1	164,7	88,0	65,6
1	**Ведомствени разходи по бюджета на ПРБ:**	**1 808,2**	**2 072,8**	**2 435,6**	**2 522,4**	**2 161,8**	**2 139,4**
	Персонал	1 102,3	1 245,4	1 360,8	1 594, 6	1 310,6	1 310,6
	Издръжка	649,0	785,9	821,7	763,1	763,2	763,2
	Капиталови разходи	56,9	41, 5	253,1	164,7	88,0	65,6
2	**Ведомствени разходи по други бюджети и сметки за средства от ЕС**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
	Персонал	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Издръжка	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Капиталови разходи	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	От тях за: *						
	1 Капиталови разходи по ЦБ за Национална капиталова програма						
II.	**Администрирани разходни параграфи по бюджета на ПРБ****	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**
	1. наименование на администриран разходен параграф (характер и/или нормативно основание	0.0		0.0	0.0	0.0	0.0

	за предоставянето/разходването на бюджетни средства) + вид разход (§ от ЕБК)		0.0				
III.	**Администрирани разходни параграфи по други бюджети и сметки за средства от ЕС****	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**
	1. наименование на администриран разходен параграф (характер и/или нормативно основание за предоставянето/разходването на бюджетни средства) + вид разход (§ от ЕБК)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Общо администрирани разходи (II.+III.):	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**
	Общо разходи по бюджета (I.1+II.):	**1 808,2**	**2 072,8**	**2 435,6**	**2 522,4**	**2 161,8**	**2 139,4**
	Общо разходи (I.+II.+III.):	**1 808,2**	**2 072,8**	**2 435,6**	**2 522,4**	**2 161,8**	**2 139,4**
	Численост на щатния персонал	38	40	51	51	51	51
	Численост на извънщатния персонал	4	4	7	7	7	7