



ФОНД  
НАУЧНИ  
ИЗСЛЕДВАНИЯ

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

**Списание за наука**

**„Ново знание“**

**ISSN 2367-4598 (Online)**

*Академично издателство „Талант“*

*Висше училище по агробизнес и развитие на  
регионите - Пловдив*

**New Knowledge**

**Journal of Science**

**ISSN 2367-4598 (Online)**

*Academic Publishing House „Talent“*

*University of Agribusiness and Rural Development -  
Bulgaria*

<http://science.uard.bg>

## **TOURISM AS A FACTOR OF MUNICIPAL DEVELOPMENT**

**Stefka Timareva**

*University of agribusiness and rural development - Bulgaria*

**Abstract:** Tourism is one of the fastest growing industries in the world, which has extremely diverse impact on the lifestyle of the local population on the one hand and on the other for the modern traveler. At the same time, this modern "phenomenon" plays an important role in the socio-economic and political development of the host country, region or municipality, offering new employment opportunities for the local population and improving the way of life by providing additional income. The development of tourism in a municipality is based on a certain resource base, which consists of a variety of natural and anthropogenic resources, a prerequisite for the development of various alternative types of tourism. Its importance as a form of recreation consists mainly of its potential to be a leading factor in the development of municipalities and in diversifying their economic structure. Tourism has significant effects manifested by positive migratory balance, especially where the tourism industry is leading and is a driver of positive development. For the successful realization of tourism as a leading economic and social factor, it is important to make a real and precise system for its planning and management, adequate human resources competence as well as close cooperation between the public and private sector, legal tourist base, development and the implementation of tourism projects and last but not least, a real development strategy in the relevant municipality.

**Keywords:** tourism, tourism development, factors, conditions, region, municipality tourism effects, development.

## ТУРИЗМЪТ КАТО ФАКТОР ЗА ОБЩИНСКО РАЗВИТИЕ

Стефка Тимарева

*Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив*

**Резюме:** Туризмът е един от най-бързо развиващите се отрасли в световен мащаб, който оказва изключително разнообразно въздействие върху начина на живот на местното население, от една страна, и съвременния турист, от друга. В същото време този съвременен „феномен“ играе важна роля в социално-икономическото и политическото развитие на приемащата страна – регион или община, като предлага нови възможности за заетост на местното население и подобряване начина на живот чрез осигуряване на допълнителни доходи. Развитието на туризма в дадена община се базира на определена ресурсна база, която се състои от разнообразни природни и антропогенни ресурси, предпоставка за развитие на различни алтернативни видове туризъм. Значението му като форма на рекреация се състои главно в неговия потенциал да бъде водещ фактор за развитието на общините и за разнообразяване на икономическата им структура. Туризмът има значителни ефекти, проявявани от положителното миграционно равновесие, особено там, където туристическият отрасъл е водещ и се явява двигател на положителното развитие. За успешното реализиране на туризма като водещ икономически и социален фактор е важно да се направи реална и прецизна система за планирането и управлението му, да съществува адекватна компетентност на човешките ресурси, както и тясно сътрудничеството между публичния и частния сектор, правна туристическа база, разработване и внедряване на туристически проекти и не на последно място реална стратегия за развитие в съответната община.

**Ключови думи:** туризъм, развитие на туризма, фактори, условия, регион, общински туристически ефекти, развитие.

### ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът е изключително динамичен бързо растящ по обем на дейността си сектор. Осигурявайки годишно над 100 млн. работни места, той се превръща в най-голямата световна индустрия и често е определян като индустрия на бъдещето. Поради своята същност и характеристики туризмът определено е една от най-значимите причини за процеса на глобализация. Той е един силно комплексен сектор на икономиката и едновременно форма на индивидуално и социално поведение на милиони хора по света в качеството им на туристи, но също така и стопанска дейност, обслужваща тези хора. Продуктът, който се създава в туризма, включва дейностите на множество стопански и нестопански субекти. Основата му се формира от елементите на социалната и природната среда на туристическото място – природни и антропогенни ресурси. От една страна, представлява жизнена среда за туристи и местно население. От друга – представлява производствена среда за работещите в тази „индустрия“ трудови и човешки ресурси. Затова в туризма много ясно се преплитат и се сблъскват различните измерения на устойчивото развитие – екологични, социални и икономически, както и се появяват на тази основа и конфликтите на интереси на регионално, национално и общинско ниво.

През последните години значението на туризма за социално-икономическото развитие на страната и делът му в брутния вътрешен продукт (БВП) непрекъснато нарастват. Налице са повишени инвестиции в инфраструктурата и подобрения в правната и институционална рамка за него. Значително се увеличава броят на

малките и средни предприятия в сектора. Природните и културни забележителности на България, нейната история, я превръщат в атрактивно място за развитието на различните видове туризъм. Безспорно е значението на туризма за националната икономика на микроравнище и на макроравнище. Той е източник на нови финансови потоци в стопанския живот на страната, на регионите и общините, даващи възможности за инвестиции в подобряване на инфраструктурата, в подобряването на предлаганите услуги и усъвършенстване на образователните системи в тази област. Световният съвет за туризъм и пътувания изнася данни, според които делът на българския туризъм и свързаните с него индустрии формира над 12% от БВП на страната. За осемте месеца на настоящата година приходите от сектора са близо 5,2 млрд. лв., което е почти 11% ръст спрямо същия период на предходната 2016 г. За първите девет месеца на 2017 г. България е посетена от около 7,5 млн. чуждестранни туристи, което е почти 8% увеличение в сравнение със същия период на миналата година и това неминуемо поставя туризма на едно от водещите места като фактор за развитието на много общини и подобряване на икономическите показатели в тях.

Значението на туризма за България е следствие от държавната политика за него, от състоянието на пазарната икономика, от доходите, които получава населението, и доходите, които то отделя, за да купува услугите на туризма. Чл. 4 на „Закона за туризма“ определя туризма с приоритетно значение. Реалният анализ на социалните и икономически резултати обаче показват, че в Република България все още не се реализира мащабна национална, регионална и местна политика за организация и управление на ефективен туризъм, което да ни утвърди сред високоразвитите туристически държави и с подобаващо място на световния туристически пазар. За съжаление, въпреки обновената суперструктура, изградените спортни и развлекателни съоръжения, качеството и разнообразието на предлаганите стоки и услуги са все още под нивото и стандартите на повечето европейски страни.

Характерно за туризма в България е, че към момента този отрасъл се развива главно на регионално ниво и общинско ниво. Все още има какво да се направи на национално равнище, като се създадат единни, работещи стратегии за маркетинговото представяне на българския пазар. В регионален аспект туризмът се развива в съответствие с природните дадености. Основното предимство на българската туристическа индустрия е разнообразието на тези дадености, концентрирани върху малка територия, което позволява съчетаването и реализирането на различните видове туризъм. Регионалното развитие, включващо в себе си и развитието на общините в страната, е акцент в много от програмните документи и стратегии, както и в политиката на ЕС за сближаване. Наред с подобряването на инфраструктурата и суперструктурата на установените морски, планински и балнеоложки курорти, усилията за развитието на туризма, включително на нови видове туристически продукти, следва да се насочат към слабо развити райони и към подобряване на икономическото положение в тях.

## **МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИКА**

При разработване на настоящата статия са използвани методите на научния анализ на съществуващи концепции, стратегии и оперативни програми на различни общини по разглежданата проблематика и научния синтез на авторови идеи. Изследвани са и са използвани както първични, така и вторични източници на информация. Приложен е набор от методи, сред които аналитичният, анкетният, както и организиране и систематизиране на данни в специализирани издания и интерпретиране на публикувани научни материали по темата с цел изясняване мястото на туризма като фактор за общинско развитие.

## РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЯ

Туризмът в класическия смисъл е пътуване с цел отход и развлечение. Той може да се разглежда и като стопански отрасъл, който обслужва туристическата дейност. Туризмът има важно значение в социалния и икономическия живот. Благодарение на него здравето на човек и трудоспособността се стабилизират и се разкриват работни места, които в някои случаи са основен източник на доходи за някои общини и подобряват жизнения стандарт в тях. Според дадената в Закона за туризма дефиниция „туризмът е съвкупност от специални стопански дейности: пътуване, участие в културни прояви, форми и др., осъществявани в туристически обекти и насочени към създаване, предлагане, реализиране и потребление на стоки и услуги, които формират туристическия продукт“<sup>1</sup>. Световната туристическа организация (WTO) определя туризма като вид пътуване, преместване от едно място на друго с цел почивка за ден или по-дълъг период от време като възможност за рекреация. За приемащите страни наличието на туристи е възможност да представят своите национални ценности, културни и исторически забележителности, националната си идентичност. Някои автори в изследванията си подчертават, че туризмът като фактор за развитие на регионите може да допринесе в значителна степен за подобряване качеството на живот в малките и изостанали населени места, особено в тези общини, в които има наличие на необходимите природни и антропогенни ресурси за реализиране на различни туристически дейности. Целите на развитието на туризма в цялостната икономическа структура оказват влияние върху стратегиите на други отрасли на икономиката чрез техните действия и мерки в общественния сектор като например опазването на околната среда, транспорта, селското стопанство, регионите, развитието на малкия и средния бизнес. Туризмът и развитието на общините и регионите са свързани помежду си в национален мащаб и са разработени в различни стратегии и програми – Националната стратегия за регионално развитие (НСРР) за периода 2012 – 2022 г, ПРСР 2014-2020, Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България и др. В своите изследвания по темата Sharpley and Telfer (2002)<sup>2</sup> разглеждат прякото въздействие на туризма върху националната, регионалната и местната икономика. Развитието на туризма според посочените автори има потенциално благоприятни икономически ефекти, което влияе положително върху цялостното икономическото развитие на дестинацията. Много автори на изследвания по тематиката също застават зад тезата, че развитието на туризма има нова традиция на устойчиво развитие, формирана през последните десетилетия.

Туризмът се определя като социално-икономически и културен феномен, който влияе по много начини върху развитието на човешкото общество. Стопанското значение (икономическо значение) на различните видове туризъм е твърде различно. Вътрешният туризъм на микроравнище – в общините, малките населени места, планинските и полупланински райони, дава основата за развитието на определена туристическа дестинация. Ролята в икономиката и стопанския живот на общините се изразява в промяната на структурата на приходите и разходите, нарастването на ролята на услугите в стопанството на определени региони, осигуряването на заетостта за млади хора, развитието на социалната и техническата инфраструктура в туристическите центрове, региони и т.н. От друга страна, туризмът има и социално значение, тъй като чрез него се осъществяват социални

---

<sup>1</sup> Закон за туризма (2015). <http://www.lex.bg/laws/ldoc/2135845281/>.

<sup>2</sup> Sharpley R., David J. Telfer, *Tourism and Development Concepts and Issues*, Channel View Publications, 2002.

контакти между туристи и обслужващ персонал, между туристите и местното население и др. Наличието на голям брой културно-исторически обекти, които се срещат по територията на всички общини, предопределя и културното значение на туризма. Чрез него се задоволяват културно-познавателните потребности на туристите, повишава се културното равнище на хората и обслужващия персонал. Именно туристическите пътувания са предпоставка за развитие на различни специализирани видове туризъм, допринасящи за поставянето му на челните места като важен фактор за развитие на общините.

Интерес представлява състоянието на туризма у нас, особено отчитайки процесите, извършвани в него през 90-те години на XX в. и най-вече през втората половина на десетилетието. До 1996 г. е трудно да се говори за наличието на национална и особено на местна туристическа политика. И трите основни елемента на туристическата политика – цели, инструменти, институции – или липсват, или са крайно неразвити и не отговарят на съществуващите условия. Националната туристическа политика в посочения период е твърде прагматична, с липсваща институционална основа, характерна за страните с пазарна икономика. В туризма си взаимодействат твърде голям брой собственици с цел да осигуряват подпомагането на отрасъла с другите материални и нематериални дейности на национално, регионално и местно равнище, а така също и взаимодействието между публичния и частния сектор. Провежданата в общините туристическа политика доведе до слаб контрол относно търсенето и реализирането на туристически продукти и услуги, силно стесняващ се маркетинг на дестинациите като фактори за общинско развитие. Разработените различни проекти за развитие на туризма на национално и общинско ниво се оказват неефективни, тъй като не отговарят на моментните условия на периода. Управлението на туризма от страна на държавния ръководен орган се свежда изключително до управление на държавната собственост, а другите форми на собственост остават извън това централизирано управление.

Съществена промяна в туристическата политика на държавата се забелязва в края на 1996 г. и особено през 1997 г. Основните моменти на промяната са свързани с опитите за изготвянето на национална концепция за развитието на българския туризъм с наченките на стратегическо планиране на туристическото развитие на местно равнище. Освен това тежестта на държавното управление се измества от прякото управление на собствеността към регулирането ѝ и с по-голямото влияние към частния бизнес. Инициират се и се подпомагат местни и общински туристически организации – съвети, форуми и други от страна на държавния орган по туризма. Правилата и условията за стопанска туристическа дейност се регламентират законодателно и на институционална основа с излезлия и приет от НС Закон за туризма. Всичко това е придружено с регламентиране на устойчиви източници за финансиране на туристическата политика на национално и местно равнище чрез фондовете за развитие на туризма. Тази политика вече се съобразява с местните условия и фактори на общините и възлага сериозни отговорности по отношение развитието на туризма на местните власти.

В последващите години се оказва, че очакванията особено на местно и общинско равнище за развитие на туризма са нереалистични. Голяма част от общините не са способни и недостатъчно добре подготвени да приемат туристически потоци. Това се дължи на комплекс от причини, част от които засягат съществуващата суперструктура, липсата на професионални познания сред местните жители, включително и сред представителите на местните органи на властта. Част от причините са вследствие от кризата в другите традиционни (освен туризма)

дейности на общините по региони, както и на сляпото копиране на модели от други области.

В програмния документ от Световната среща за Земята в Рио де Жанейро през 1992 г., наречен „Дневен ред 21“ се посочва, че за ефективното изпълнение на целите, политиките и механизмите, приети от правителствата на държавите по света във всички програмни области е много важно участието на всички социални групи от населението. Основната предпоставка за постигане устойчивото развитие на дадена община е широкото обществено участие в процеса на вземане на решения. Много проблеми, засегнати в този програмен документ, са породени от дейностите, осъществявани на местно равнище. Основните цели, които стоят пред местните органи на властта в общините са да подобрят социалните, икономическите и екологичните условия в населените места. Необходимо е да бъдат предоставени условия за работа и живот на всички хора, в частност на изоставашите региони. Подобряването трябва да се осъществи чрез сътрудничество, съвместни мероприятия между държавния и частния сектор и общините, както и чрез участието на обществени групи в процеса на вземане на решения. Погледнато през призмата на времето, принципите за устойчивост залягат в развитието не само на България, но и в световен мащаб и стават общоприето условие във всички важни стратегически документи. В тази връзка, за да бъде устойчиво бъдещето на туризма по общини и региони, трябва да се разработят мерки и стратегии в дългосрочна перспектива. Това е и една от водещите цели на стратегия „Европа 2020“. Главните и приоритети са за създаване на повече работни места, подобряване жизненото равнище и устойчиво управление на ресурсите, постижими чрез приложението на три взаимно подсилващи се приоритета, а именно – интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж.

При разработването си Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2020 се базира на обновената стратегия за устойчиво развитие на ЕС и на Лисабонската стратегия. Те признават туризма за важен фактор в подобряването на качеството на живот чрез развитие на алтернативни форми на туризъм и въвеждане на природосъобразни практики.

Според действащото в момента социално-икономическото райониране на България населените места са групирани в 28 области, 265 общини, както и в 3 187 кметства. Към 11.07.2017 г. НСИ съобщава за 5 256 населени места – 257 града 4 997 села<sup>3</sup>. Съгласно ЗАТУРБ в обхвата на административно-териториалните единици на ниво LAU 1 са 265 общини, а на ниво NUTS 3 – 28 области. Нормативната уредба определя административната единица община (LAU 2) за селски район, в който най-голямото населено място има население до 30 000 души, като в тази категория попадат 231 общини. Освен това за селски райони се считат тези, при които процентният дял на селскостопанската заетост е над средния за страната. Следователно селските общини в България заемат 81% от територията, като в тях живее 42% от населението. Законът за административно-териториалното устройство на Република България (ЗАТУРБ) определя общината чрез нейната територия, граници, население, наименование и административен център.<sup>4</sup> Тази административно-териториална единица се състои от едно или повече съседни населени места, като изискването за съседство е по аналогични на посочените по-горе причини. В Република България са обособени 265 общини според сега действащия закон, една от които е Столична община. Тъй като в закона е

---

<sup>3</sup> [www.nsi.bg/nrnm](http://www.nsi.bg/nrnm)

<sup>4</sup> <http://www.mrrb.government.bg/bg/zakon-za-administrativno-teritorialnoto-ustrojstvo-na-republika-bulgariya/>

регламентирана възможността в общината да се създават кметства, които се състоят от едно или повече съседни населени места, територията на общината е определена като съвкупност от територията на включените в нея кметства или населени места (чл. 7, ал. 2 и чл. 15, ал. 1 от ЗАТУРБ). Определени са и съответни ограничители за плановата дейност на общините. Това са например отношението на бизнеса, който очаква и изисква от общината решаване на общите проблеми, но не е готов да плати своята част от цената за това; липсата на местни и регионални туристически организации, които да оказват методическа и организационна помощ; липсата на организационни и ресурсни предпоставки в общинските администрации и т.н. Налага се мнението, че колкото по-силно е развито туристическото планиране на определени равнища, толкова по-положително е отношението към него. При изготвянето на тези оперативни планове в определени случаи се допускат някои неточни анализи и прогнози. Липсва връзка между цели, приоритети и действия, събиране на едно място на частични мерки, както и проекти, без да се търси цялостна концепция за развитие на туристически практики в общините, поради липса на ресурсно обезпечаване.

Почти всяка една община в България през последните години има желание да развива туризъм, при това по модел, реализиран при други природни, социално-икономически и политически условия. За съжаление в повечето общини това е невъзможно. Важна характеристика за устойчивото туристическо развитие на общините е потребността от дългосрочен подход. Той предполага интегрално планиране на развитието на дестинациите от различен ранг – селище, район, страна. То трябва да включва елементи на социално-икономическо, маркетингово, финансово, инфраструктурно планиране, обвързано с плановете за цялостно развитие на съответната територия. За целта всяка една община трябва да изработи оперативна програма за регионално и общинско развитие, в която да има включена част за туризма и разработването ѝ като туристическа дестинация за съответен програмен период. Съществуват общини, особено в селските райони, които освен съществуващата стратегия за развитие са разработили и такава, отговаряща на целите и нуждите на туризма, като основен фактор за развитие на общините.

Общозвестен е фактът, че е налице диспропорция в развитието на градските и селските райони, както по отношение на икономическото им развитие, така и по отношение на образователно равнище, демографско състояние, достъп до основни услуги и др. Изследванията показват, че разнообразието от дейностите в икономиката на селските райони в някои от общините е изключително слаба. Малкият процент хора в работоспособна възраст извън селското стопанство в селата са или безработни, или са заети в публичния сектор. Тъй като мнозинството от жителите в селските райони не се занимават със селскостопански дейности, за тях е от особена важност всички подпомагащи програми на национално и европейско ниво да създават заетост чрез инвестиции в аграрни и неаграрни производства на третичния сектор.

И тук възниква въпросът относно необходимостта от провеждане на мерки и политики, насърчаващи инвестициите в неаграрни сектори, какъвто например е туристическият сектор. Слабото икономическо развитие на селските райони изисква разработването на различни алтернативи за заетост извън селското стопанство, съживяване и разнообразяване на икономиката и не на последно място – добро местно управление. Изоставането на аграрния сектор не е проблем за развитието на селските общини, но само при условие, че на негово място възниква друга икономическа дейност, осигуряваща устойчивост в развитието на съответния регион.

Интегралният подход към туристическото развитие на общините е един от основните принципи на устойчиво туристическо развитие. Сериозна пречка при осъществяването му е неадекватната институционална структура на някои общини – остарели ведомствени разходи, неразбиране на комплексната същност на туризма, както и липсата на диалог между заинтересованите страни. Интегрирането на туризма в околната среда означава най-малко той да се развива в съответствие с нейните особености, съчетаване и съобразяване на природната със социалната среда, както и с другите стопански дейности, развивани на територията на общината. Целта е извличане на максимални ползи при минимални увреждания на средата. Това предполага взаимно разбиране и зачитане на интересите на туристическата индустрия, от една страна, и на нейните партньори, от друга.

Зимният туризъм е единствената възможност за развитие на част от планинските и полупланински общини на България. Страната е четвъртата зимна дестинация за европейските пазари и най-бързоразвиващите се зимни пазари в Европа. В международни анализи и доклади за развитие на зимния туризъм в световен мащаб за 2016 г. България е посочена като страна с много неизползвани възможности за развитие на зимни туристически практики – с над 146 върха с височина над 2000 метра, 5 високи планини и 36 ски зони, от които 12 на международно ниво. Има интерес от страна на различни инвеститори, в т.ч. и чуждестранни такива, за развитие на туризма в малките общини. Голяма част от инвестиционните намерения са към развитието на планински, балнео и спа туризъм. Световната тенденция за налагането и популяризирането им благоприятства развитието в голяма част от общините в България. Става въпрос не само за ски туризъм, а за „зелен“ туризъм. Страната има всички природни дадености за реализиране на алтернативни туристически практики, тъй като повечето общини имат сравнително добра материална база, която може да се ползва в „мъртвия“ сезон. В тази връзка би било добре обществото, политиците, еколозите и архитектите да излязат с единна визия за развитие на туризма в общините на планинските райони, за да се оползотвори пълният им потенциал. В международен мащаб също има интерес към българските зимни курорти, както поради по-мекият климат, така и поради сравнително добре изградената висококатегорийна настанителна база. Според данни на Министерството на туризма, нараства броят на посещенията на туристи извън страните от ЕС в ски курортите в България. Освен това в по-известните от тях умело се съчетават ски туризма с предлагането на допълнителни туристически услуги и практики като спа туризъм, селски и културно-исторически туризъм. Най-сериозната слабост при реализиране на туризма като водещ фактор за развитие на общините и прилежащите им населени места е липсата на ефективни механизми за реализация на предвидените в плановите документи мерки. Красноречив пример са плановете за управление на околната среда на курортни зони като Банско и Боровец, които на практика са плановете за устойчиво туристическо развитие. Много малка част от предвидените в тях действия се реализират поради недостатъчно добре разработения механизъм за реализация, изискванията към който в плана са твърде ограничени.

Изследванията и анализите показват, че България притежава ресурсна база в почти всички общини за създаване и практикуване на различни алтернативни туристически практики, но не използва пълния си потенциал. Туристическата политика се фокусира главно в СПА туризма, в зимна и морска рекреация, като на заден план остават голяма част от другите специализирани видове туризъм, които всъщност могат да се реализират в общините. Културно-историческият туризъм е един от най-съществените алтернативни видове, който голяма част от общините също

могат да използват при развитието си. Силните страни на България като дестинация за културен туризъм са преди всичко в количеството и разнообразието на антропогенните туристически ресурси. Страната се нарежда на трето място в Европа след Италия и Гърция по брой на културно-исторически паметници и артефакти. Официално са регистрирани над 40 хиляди недвижими и 6 милиона движими културни ценности в широк хронологически, културно-исторически и художествен диапазон. Девет от тях имат статут на обекти от Световното културно наследство. В продуктовете структури на динамично развиващите и реализиращи морски рекреативен туризъм и зимен ски туризъм общини, присъстват все повече културни обекти. Активно е участието на България в проекта „Културни коридори на Югоизточна Европа“. На общинско ниво се разработват различни регионални и местни културни маршрути, археологически пътеки. Значителен е броят на населените места и територии, които имат статут на културни, етноложки, архитектурни и археоложки резервати. Тук водещите места принадлежат на градове и по-малки населени места в общините в Стара планина и Средногорието, както и много от населените места в Родопите – Трявна, Етнографски комплекс „Етъра“, Копривщица, Котел, Жеравна, Пловдив, Златоград, Широка лъка, Лещен, Ковачевица, Несебър, Велико Търново и още много други. Успешното представяне на културните ценности е популяризирано чрез програма „100 национални туристически обекта“.

Провежданата от държавата туристическа политика по региони и общини цели създаване на цялостни туристически продукти, които да бъдат широко популяризирани на национално и международно равнище. За целта се реализират и подкрепят интегрирани проекти, които включват консервация и опазване на съответния обект, така че да привлича значителен брой туристи и да се създават възможности за подобряване начина на живот на местното население. В предишния програмен период 2007-2013г. по приоритетна Ос 3 „Качеството на живот в селските райони и разнообразяване на селската икономика“ бе създадена Мярка 313 „Насърчаване на туристическите дейности“. Тя подпомогна развитието в селските общини. В нея бе заложено развитието на туристическа инфраструктура и атракции за посетителите (например посетителски центрове за представяне на местното природно и културно наследство; музеи, изложения на открито и закрито; съоръжения за рафтинг, лов, катерене и други спортове, заслони и съоръжения за безопасност и т.н.), както и развитие и маркетинг на туристическите продукти (разработване и промоция на интегрирани туристически продукти, стратегии и информационни материали; изграждане на електронни системи за резервации и др.). В много от общините местните власти създадоха икономическата, социалната и екологичната инфраструктура, като контролират успешно процеса на планиране, разработване и реализацията на местни политики и правила за околната среда и използването на туристическите ресурси на съответната територия. За новия програмен период 2014-2020 г. всички планове и оперативни програми са разработени след публични обсъждания с местното население, като се вземат предвид всички рационални предложения на жителите на региона, тъй като те най-добре познават проблемите и ресурсите на територията, върху която живеят. По този начин бяха разработени актуални и реализуеми стратегии за устойчивото развитие на местната икономика като цяло и на туризма в частност.

През настоящия програмен период се предвижда туризмът да бъде един от важните икономически сектори за създаване на нови работни места и икономическа диверсификация в селските общини. В тази връзка Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014–2020 г. предоставя по Приоритетна ос 6 „Регионален туризъм“

безвъзмездна финансова помощ в размер на 85 642 499 евро за постигане на видими резултати в реализирането на основните стратегически цели, заложи в Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България с хоризонт 2020. Главните цели са да бъде оползотворен пълноценно съществуващият туристически потенциал на регионите и общините и подобряване на качеството на живот в тях. Налице е диспропорция в развитието на градските и селските райони както по отношение на икономическото развитие, така и по отношение на образователно равнище, демографско състояние, достъп до основни услуги и пр. В различни анкетни проучвания се съобщава, че над 80% от селските общини определят туризма като приоритет. Едва 26% от живеещите в селски райони допълват доходите си от алтернативни неселскостопански дейности – занаяти, селски туризъм, хоби занимания и др. Разглеждането на селския туризъм като граничен междуотраслов сектор на икономиката – селско, горско и водно стопанство, туризъм, хранително-вкусова промишленост и др. позволява идентифицирането на пазарните и предприемаческите ниши, които от една страна, ще удовлетворят част от основните стратегически цели за развитие на селските райони, а от друга – ще аргументират, че селският туризъм е печеливш бизнес за по-слабо развитите общини и малките населени места. Моментният анализ обаче показва, че голяма част от селските общини са силно изостанали в икономическо и демографско отношение и поради тази причина реализирането на туристически дейности се явява водещо при подобряване благосъстоянието и начина на живот в тях. Развитието на селски и аграрен туризъм е подходящ инструмент за съживяване на западащите общини в България, който осигурява възможност за поддържане на работни места, съхраняване и поддръжка на природното и културното наследство и не на последно място за ограничаване миграцията на голяма част от населението към по-големите общински центрове. Развитието на тези видове туризъм изисква сериозни управленски решения и обществена нагласа, ориентирани към интегрирането на други икономически дейности като селско стопанство, земеделие, изкуство, занаяти и др. Опазването на наследството и разнообразните възможности за развитие на селски и алтернативни видове туризъм в общините от селските райони са застъпени като приоритетни дейности на политиката в сферата на туризма.

Авторите изследвания показват, че като основания за повечето предприемани пътувания туристите посочват не само рекреацията, но и стремежа за нови познания и откриване на нови културно-исторически забележителности, традиции и обичаи в непознати за посетителите на селски райони, по-малки населени места и общини. А именно развитието на формите на културния и историческия туризъм оказват пряко и косвено влияние върху заетостта и повишаване доходите на населението в общината. Прякото влияние е резултат от закупените от туристите стоки и услуги. То може да се определи и непосредствено с паричния принос на туристите, които чрез закупуването на местни стоки и услуги дават своя принос към икономиката на съответната община. Обемът на паричния поток е основа за създаване на нови работни места, което от своя страна води и до увеличаване размера на доходите на местното население. Освен това развитието на културния туризъм в общините на основата на съществуващите културно-исторически обекти може да окаже пряко влияние върху производството на стоки и услуги. Увеличаването му е потенциал, който има реалната възможност да влияе положително и ефективно върху регионалната икономика.

Развитието на туризма в общините в посока към устойчивост се затруднява от ограниченията при цялостната оценка на въздействията му върху средата и при определяне на капацитета на рекреационните територии. Въздействията на туризма

върху средата често се оценяват едностранчиво – само икономически или само екологични, само социални, от една страна, или само позитивни и негативни, от друга страна. Методиката за оценяване въздействията на туризма върху околната среда не отчита специфичните особености на туристическото развитие на съответната община и свежда въздействията само до техния екологичен аспект. Мария Воденска посочва в свое изследване, че конкретни детайлни проучвания на някои въздействия – особено икономически и социални, показват, че те са много по-големи от предполагаемите.<sup>5</sup>

Подобни проблеми се наблюдават при оценяване на рекреационния капацитет на природните територии, приемащи голямо количество туристи в активните сезони. Това се отнася за черноморските общини, както и част от общините на територията на Рила, Пирин и Родопи. Оценката за допустимото натоварване, което може да поеме едно туристическо място, може да бъде важен фактор при определяне политиката на развитието на туризма в съответната община. На база на съществуващите ресурси са налице твърде много ограничения при прилагането на концепцията за рекреационния капацитет на дадена територия. Използваните в общините нормативи и индикатори са ориентирани изключително към екологичния и физическия капацитет на средата. Проблем пред развитието на туризма като водещ фактор в развитието на общините е и често пъти механичното прилагане на тези норми в практиката на общинското устройствено планиране. Една от водещите причини за ограничени резултати при развитие на туризма в повечето общини е слабата информационна осигуреност, а в някои от случаите и липсата на информация за тази дейност. Трудно може да се оценява устойчиво ли е туристическото развитие на този така важен за икономиката на много райони отрасъл, да се правят обективни оценки и планови прогнози, когато е невъзможно да се прецени реално дали изобщо има развитие на съответната община без адекватна информационна обезпеченост. На национално ниво не се осъществява системна и поединна методика за проучване на търсенето на национално и международно ниво за икономическите показатели на туристическите фирми. Причината е нежеланието и липсата на своевременно подадена актуална информация и реални показатели за туристически дейности към НСИ. Като резултат от това обемът на туристическата практика у нас е силно занижен, а представите за развитието на туризма по региони и общини са силно изкривени. Сериозен проблем за реална представа, по-обширни изследвания и дейности, осъществявани в туризма, са, че съществуващата информация не е обединена в единна база данни и не може да се използва пълноценно.

Общинските власти, където става регистрацията на местните туристически предприятия, не разполагат с достатъчно информация за реалния обем и оценка на потенциала, с който селският и екологичният туризъм може да допринесе за местния и националния икономически растеж. Липсата на добра комуникационна и пътна мрежа, както и състоянието на общата инфраструктура в селските райони и общини, с основание се посочва като една от основните бариери пред развитието на селския туризъм. Липсва психологическа нагласа в земеделските производители и населението от селските райони, че селският туризъм може да бъде печеливш бизнес. Страната ни е изключително богата на природни, археологически, балнеоложки, исторически и пр. забележителности. Това обаче не е достатъчно, забележителностите да се превърнат в туристически ресурси. Затова са необходими инвестиции в туристическа инфраструктура, които са оправдани само ако привлекат

---

<sup>5</sup> Воденска, М. Икономически, социални и природни влияния на туризма. София: Университетско издателство „Св Климент Охридски“, 2001 г.

стабилен туристопоток към съответната локализация. Една от сериозните бариери за развитието на туризъм в малките общини е оценката на атрактивността на съответната забележителност като туристически ресурс. Всяка община трябва да идентифицира и оцени стойността на ресурсите за развитие на туризма в региона и едва тогава да се пристъпи към инвестиране.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

През последните няколко десетилетия туризмът се наложи като важна икономическа дейност. Този отрасъл създава заетост и акумулира местни и международни инвестиции от държавата, частни лица и различни структурни фондове и програми. Различните специализирани видове туризъм създават брутна добавена стойност за общините, основаваща се на местния потенциал за развитие – природни и антропогенни ресурси, климатични условия и др. България притежава уникална природа и култура с международна значимост. Тя придобива все по-широка международна известност със своето особено съчетание на природно и културно наследство, със своите девет обекта – седем културни и два природни, включени в Списъка на световното наследство, с хилядите си природни и културни забележителности от местно значение, както и с факта, че 5% от общата площ на страната има статут на защитена територия. България притежава една привлекателна мрежа от природни и културни ресурси. Нещо повече, това разнообразие на ресурси е съсредоточено на сравнително малка територия в почти всички общини, позволяваща достъп до много различни обекти за кратко време. Различните форми на туризъм дават възможност за развитието на перспективен собствен бизнес. Най-голяма концентрация на индивидуални обекти има в Южния централен район – в Родопите, където обектите за селски включват елементи и на аграрния туризъм. Вторият по развитие и значение е Северният централен район – Централен Балкан, където доминират комплексите за туризъм. В останалата част на страната концентрацията и степента на развитие на туризма по общини са по-малки, но с перспектива да се ускори развитието им.

Редица общини все още не са осъзнали важноста и не са приели принципите на устойчивото развитие на туризма в своята политика. Те имат програмни планове за действие относно използването на отделни ресурси, но нито една община в България все още не е разработила конкретна и съобразена с наличните природни и антропогенни ресурси стратегия за устойчиво туристическо развитие.

В заключение на този така важен за България проблем – за позиционирането на туризма като важен фактор за развитие на местните общини, правителството, ресорните министерства и техните администрации, трябва да съдействат активно при решаване проблемите в териториите, считани за перспективни туристически дестинации. От това ще има полза както туристическият отрасъл в тези региони, така и туризмът като цяло. Туризмът има потенциал да се превърне в лидер на устойчивото развитие както в глобален, така и в национален мащаб. Това може да стане като се включват все повече отрасли, райони и дори малки местни общности със своята дейност. Чрез разпространяване на информация за постигнатите успехи, разясняване, осъществяване на конкретни действия в посока опазванена природните и туристически ресурси, ще подготви процесите на туристическото развитие и ще осигури необходимата възможност за туризма като водещ фактор, за да се докаже на практика неговата приложимост и предимство. Съвременните тенденции в развитието му налагат създаването на иновативни продукти, основаващи се на информационните технологии, което дава възможности за повишаване на конкурентоспособността на дестинацията. Това изисква текущо следене на

съвременните туристически тенденции, от които да се генерират идеи за реализирането на нови проекти.

България развива последователна и целенасочена туристическа политика, базирана на партньорство между държавните и общинските институции, неправителствените организации, частния сектор и обществото. Тази политика генерира работни места, създава добри възможности за развитие на предприемачество, дългосрочни икономически и социални ползи, и увеличава приходите от туризъм, предоставяйки му една от водещите роли на важен фактор за развитие на регионите и общините.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Апостолов, Н. Туристически ресурси. Варна: Университетско издателство ИУ, 2010.
2. Воденска, М., М. Асенова. Въведение в туризма. София: „Матком“, 2011.
3. Воденска, М. Икономически, социални и природни влияния на туризма. София: Университетско издателство „Св Климент Охридски“, 2001.
4. Лаков, П. Туристическа политика на България. В.търново: Център за евроинтеграция и култура при ВУАРР – Пловдив, 2015.
5. Sharpley R., David J. Telfer, *Tourism and Development Concepts and Issues*, Channel View Publications, 2002.
6. [www.nsi.bg/nrnm](http://www.nsi.bg/nrnm)
7. <http://www.mrrb.government.bg/bg/zakon-za-administrativno-teritorialnoto-ustrojstvo-na-republika-bulgariya/>
8. [www.eufunds.bg/index.php/.../operativna-programa-regioni-v-rastezh-2014-2020](http://www.eufunds.bg/index.php/.../operativna-programa-regioni-v-rastezh-2014-2020) Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014-2020.
9. [www.mrrb.government.bg](http://www.mrrb.government.bg), Национална концепция за пространствено развитие за периода 2013 - 2025 г.
10. [www.tourism.government.bg/.../ministerstvoto-na-turizma](http://www.tourism.government.bg/.../ministerstvoto-na-turizma). Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в България, 2014-2030 г. (НСУРТБ)
11. [www.mzh.government.bg/MZH/bg/ShortLinks/PRSR.aspx](http://www.mzh.government.bg/MZH/bg/ShortLinks/PRSR.aspx), Програма за развитие на селските райони 2014-2020 г.