

На 2 февруари 2006 г. в Резиденция „Бояна“ Национален хотелиерски мениджмънт клуб (НХМК, www.TourMarketing.org) като национално представена браншова асоциация заедно с Фондацията за реформа в местното самоуправление (ФРМС, www.flgr.bg) свикаха национална конференция на тема **„Аспекти на взаимодействие между туристическия бизнес и местната власт“**. В дискусията участваха над 150 делегати, в т.ч. кметове, общински съветници и представители на местната власт, от една страна, и собственици, изпълнителни директори и висши мениджъри на хотелски комплекси, туроператори и турагенти, от друга. Тази среща постави основите на открит диалог и партньорство между туристическия бизнес и местната власт. В резултат на повдигнатите въпроси по време на националната конференция и след обработката на позициите, предложенията и мненията, получени в НХМК до 1 февруари 2006 г., Управителният съвет на НХМК обобщи статуса, основните проблеми, насоки за развитие и искания на отрасъла с цел по-нататъшното му хармонично и устойчиво развитие, в настоящото обръщение до Президента, Министър-председателя, министрите и кметовете на общини в България.

Предлагаме ви текста на обръщението, с което се отправя и покана към г-н Асен Гагаузов, министър на регионалното развитие и благоустройството, г-н Джевдет Чакъров, министър на околната среда и водите, г-н Петър Мутафчиев, министър на транспорта, г-н Румен Овчаров, министър на икономиката и енергетиката, за провеждането на работни срещи за обсъждане на резултатите и препоръките от националната конференция.

Текущо състояние на отрасъла

Туризмът отдавна е заел позиция на водещ стопански отрасъл в българската икономика. Това е секторът, който всяка година значително намалява дефицита във външната търговия на България. За 2005 г. отрасъл „Туризм“ е посрещнал и обслужил над 4,83 млн. чуждестранни туристи (ръст от 4,5 %, без транзитно преминалите), финансовите постъпления от които са над 3 млрд. лева. Секторът произвежда 13 % от БВП на страната. Почти 1 млрд. лева инвестиции в икономиката на България се генерират именно от отрасъл „Туризм“.

За периода 2000 - 2004 г. ръстът на броя на чуждестранните туристи и валутните приходи нарастват ежегодно с по 15 % (при среден темп за света 3-5 %). Според Световната туристическа организация страната ни е втората

най-бързо развиваща се туристическа дестинация в Европа, след Хърватска. Към началото 2005 г. над 98 % от туристическите обекти са частна собственост. Като цяло туризмът е отрасъл на малките и средните предприятия. Пряко и косвено чрез него се осигуряват над 285 000 работни места, основно в райони без особено развита друга бизнес активност. Отрасъл „Туризм“ има висок икономически мултиплициращ ефект. Той е една от главните предпоставки за развитието на секторите строителство, мебелна промишленост, селско стопанство, хранително-вкусова промишленост, транспорт и др.

Към днешна дата в страната ни функционират над 1400 хотела. От тях над 800 са категория три, четири и пет звезди. Към почти всички хотели са изградени и функционират и ресторанти или заведения за хранене и развлечения. Голяма част от построените през 60-те, 70-те и 80-те години хотели са реконструирани и обновени. Все още е налице значителна географска концентрация на настанителната база - 70 % от хотелите ни са по българското Черноморие, 12 % - главно в Банско, Боровец и Пампорово, а останалите - в големите и по-малки населени места. Логично е и приходите от туризм да имат сходно разпределение. Около 70% от крайния финансов резултат се формира от морски туризм, около 15% - от планински ски-туризм, а останалите проценти се разпределят между конгресен и бизнес туризм, значително по-малко от културно-исторически, селски, балнеоложки, екологичен, религиозен и др.

Въпреки обновената леглова база и изградената туристическа суперструктура, един от основните фактори, спъващ развитието на отрасъла, е незадоволителното ниво и/или липсата на основна инфраструктура. Друг немаловажен фактор е еднообразието и незадоволителното качество на предлагания туристически продукт. Общият имидж на България на световните туристически пазари е на евтина дестинация, привличаща икономически слабите социални слоеве от населението, главно от Европа. Дори и с този туристопоток страната ни едва успява да привлече 1% от европейския туристически пазар.

Проблеми, дисбалансиращи хармоничното развитие на отрасъла

Основният проблем е все още липсващата национална стратегия за развитието на отрасъла. От 15 години не е ясно кой е отговорен за съставянето ѝ - дали държавата или съществуващите от години браншови организации. Още по-тревожно е, че нито една от двете страни не е инициатор

на сформирването на работна група за създаването на стратегия.

Други дестабилизиращи аспекти са свързани с липсата или неефективността на икономическите стимули за частния бизнес, функционирането на „сива икономика“ в сектора, недостатъчната координация между министерствата, касаещи развитието на отрасъла, лишената от ресурсни възможности местна власт, недостатъчната координация между централната и местната власти, липсата на координация между 152-те национални, регионални и продуктови туристически сдружения у нас, както и незадоволителното взаимодействие между държавните органи и неправителствените организации, представляващи сектора.

Не на последно място идват и проблемите, отнасящи се до:

- Липса на реална пазарна информация за взимане на адекватни управленски решения (данните, предоставяни от НСИ, са неблагоприятни, тъй като не се подава коректна информация от самите бизнес единици или поради забавяне, лоша или липсваща комуникация между държавната и местните администрации. Например по данни на НСИ у нас има регистрирани 1 361 хотела (данните са за 2004 г.), което е нереално и подвеждащо. По данни на НХМК у нас само 3-, 4- и 5-звездните хотели са над 800).

- Изтичане както на млади специалисти по управление на хотели и ресторанти, така и на обслужващи специалисти (в резултат на невъзможност за кариера, ниско заплащане и немотивираща работна среда). Последствията са наемане на неспециалисти, неконтролируемо текучество, непрофесионално отношение към гостите, лоши отзиви, отлив на платежоспособните туристи, които търсят качество, а не само привлекателна цена.

- Съществуващата ценова политика при предлагане на туристически услуги на място.

- Нерегулиране на застрояването, водещо след себе си скъсяване на туристическия сезон и „обеззеленяване“ на курортните комплекси.

- Незадоволително ниво както на общата чистота, така и на местата, представляващи природни и антропогенни туристически ресурси,

- Организацията на работа на нашите гранични пунктове, и др.

НХМК отговорно стои зад позицията, че за окончателното решаване на тези проблеми са задължителни както политическа воля на държавата, така и ефективни и работещи предложения от страна на браншовите организации, представляващи интересите на туристическия бизнес.

Като безспорно доказателство за наличието на гореизброените негативни аспекти, Национален хотелиерски мениджмънт клуб отбелязва и факта, че все повече наши сънародници прекарват годишните и краткосрочните си

отпуски извън България. Тревожен е фактът, че за 2005 г. над 1 млн. българи са пътували в чужбина с цел туризъм, като за престо си са изхарчили приблизително 1 млрд. лева - огромен финансов ресурс, напускащ България и ощетяващ развитието не само на отрасъла, но и на националната икономика.

Над половин година след провеждането на изборите за централна власт, все още не е назначен председател на Държавната агенция по туризъм¹, както и не е приет устройствен правилник за нейното функциониране. Предвид наближаващите световни туристически борси този факт несъмнено ще окаже негативен ефект върху готовността на страната ни да привлече повече и платежоспособни чуждестранни гости. Застрашено е и посрещането на активния сезон „Лято ‘2006“.

Горепосочените области за подобряване не са изчерпателни, по-скоро са споменати, за да се фокусира вниманието върху най-фрапиращите и изискващи спешна реакция от страна на браншовите организации, държавата и местната власт.

Насоки за развитие и конкретни искания на сектора

Настоящият меморандум е директно свързан с хармонизиране на българското и европейското законодателство, с приетите документи на Световната организация по туризъм, с механизмите на световната пазарна икономика, на частната собственост на туристическите обекти, както и стимулиране на устойчивото, хармонично развитие на туризма и на свързаните с него икономически сектори и подсектори.

Вследствие на проведената национална конференция Управителният съвет на Национален хотелиерски мениджмънт клуб реши да постави искания от името на своите членове и делегати на конференцията към управляващите, мотивирани от необходимостта за коригиране на развитието и управлението на отрасъла през следващите три години:

1. Да се изготвят и приемат актуални кадастрални и градоустройствени планове. Мотиви: Развитието на туризма във все повече общини изпреварва развитието на самите общини. Налице е изоставане на местната инфраструктура в сравнение с туристическата, което води до дисбаланс в туристическата дестинация и от което страда общият имидж на страната. В големите курорти техническата инфраструктура е в плачевно състояние. На много места няма пречиствателни станции, водопроводите и канализацията нямат нужния капацитет. Огромните частни инвестиции в хотели, ресторанти, курортни селища и др. не са достатъчни за адекватна международна конкурентно-способност на отрасъла.

¹ Горното бе вярно към датата на провеждане на национална конференция на тема „Аспекти на взаимодействие между туристическия бизнес и местната власт“.

2. Да се спре стихийното развитие на туристическата индустрия. Мотиви: Туристическият продукт губи от своята привлекателност поради това, че някои курорти придобиват чертите на градове (например Слънчев бряг, следва го Пампорово). Българският туристически продукт все по-ясно подава сигнал към пазара, че е ориентиран главно към масовия и неплатежоспособен турист. Дори да се строят само петзвездни хотели, това няма да повиши качеството при нарушена природна среда.

3. Държавата да оптимизира с приоритет териториално-селищното устройство на курортните райони и да се справи с регулирането на застрояването в тях. Мотиви: Проблем в немалко райони на страната е липсата на кадастрални планове и контролът върху застрояването. Практиката до момента показва, че както централната, така и местните власти са безсилни пред крупните инвеститори. За да не се прекратят и последните бариери и за да не се изправим пред нуждата от срутване на вече построеното, е необходимо властта да влезе в своите правомощия и да предпази сектора от настъпващия хаос.

4. Да се прекрати практиката частично да се променят вече приетите градоустройствени планове. Мотиви: Това води до промяна на концепцията на общото градоустройство. При обсъждането на градоустройствените планове на селищата и курортите да присъстват и представители и на туристическия бизнес.

5. Държавата да съдейства финансово за разработване на регионални и общински програми за развитие на туризма. Мотиви: От една страна, наличието на работеща и жизнена програма ще очертае насоките за развитие на туризма в региона, по която синхронизирано ще работят както местната власт, така и бизнес субектите. От друга страна, това би намалило безработицата и би специализирало отделните райони в определени видове туризъм. Формирането на добре развити райони в туристическо отношение би спомогнало за формирането на добре развита дестинация България като цяло.

6. Във връзка с чл. 10 от Закона за туризма всяка община да информира ежегодно представителите на туристическия бизнес чрез националните и регионалните браншови организации за всички планирани и извършени дейности по общинската програма за развитие на туризма.

7. На всеки шест месеца да се провеждат срещи между консултативния съвет по развитие на туризма към общината с представителите на туристическия бизнес от региона. Мотиви: По този начин ще се осигури чуваемост между двете страни, ще се даде възможност проблемите да се решават своевременно, ще се увеличи доверието между бизнеса и общината и ще се създаде здрава основа за развитие на публично-частното партньорство.

8. На шест месеца всяка община да изготвя и

предоставя на туристическия бизнес чрез националните браншови организации отчет за събраните средства от туристическа такса и за тяхното изразходване, съгласно дейностите по програмата за развитие на туризма в общината. Мотиви: Бизнесът е в неведение за какво точно общината изразходва средствата, събирани като туристическа такса, което води до липса на доверие между местната власт и бизнес субектите.

9. Постепенно да се изградят единни информационни центрове и информационно обслужване на туристите в общините.

10. Част от събраните средства от туристическа такса да се разходват за развитие на местната територия, в т.ч. природните и културно-историческите туристически ресурси. Определен, договорен процент от внасяната в общинските бюджети такса да бъде инвестиран в облагородяване на района, където се намира съответното средство за подслон, внесло сумата. Друга част от туристическата такса да бъде заделена и инвестирана за провеждането на пазарни изследвания за нуждите, очакванията и впечатленията на туристите, посещаващи общината, които да бъдат анализирани съвместно от представителите на туристическия бизнес и местната власт. Определен процент от таксата да бъде инвестиран в рекламата на съответната туристическа дестинация или район. Мотиви: Съгласно т. 8

11. Съгласно чл. 16, ал. 3 от Закона за туризма налагането от страна на кмета на глоби и имуществени санкции се разходват само за дейности, свързани с Програмата за развитие на туризма - изграждане и развитие на инфраструктурата, опазване, поддържане и развитие на зелените площи, изграждане на информационни туристически центрове, реклама на дестинацията и др. Във връзка с горното да се въведе процентно разпределение при разходването на средствата от този източник. Мотиви: Това би гарантирало бюджет по отделните пера и би предотвратило преливането на средства от едно към друго и съответно захранването на едно за сметка на друго. По този начин ще бъде известно всяко перо с какви средства, идващи по този канал, разполага.

12. Да отпадне класифицирането на българи и чужденци в подаваните справки-декларации в общините за реализираните ношувки. Мотиви: Изискванията за това диференциране отпаднаха съгласно чл. 3а от приетия Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма от 25 ноември 2005 г.

13. Където е възможно общините да обособяват отделни територии за формирането на специализирани туристически райони за различни видове туризъм - социален, селски, райони за платежоспособни и богати

туристи и др. Мотиви: Подобни решения биха увеличили възможността на страната ни да се специализира в привличането на различни пазарни сегменти и да започне да привлича по-заможни и лоялни групи пътуващи. Към настоящия момент това е невъзможно поради смесването на различните сегменти туристи в една територия.

14. Призоваваме държавата в лицето на Президента, Министър-председателя и ресорните министри да декларират позицията си по въпросите, свързани с екологията и въвеждането на модерните технологии за рециклиране на отпадъците.

15. Да бъде въведено рециклирането на отпадъците като технология при тяхната обработка. Мотиви: При изгарянето на отпадъци се отделят диоксини и шлага, които увреждат почвите и водните запаси. Рециклирането осигурява облагородяване на отпадъците, т.е. околната среда се хигиенизира и пречиства.

16. Да бъде спряна порочната практика изборът на фирма да предхожда избора на технология при обработката на отпадъците. Мотиви: Изборът на технология за справяне с отпадъците е стратегическо решение, а изборът на фирма - оперативно. Възприетата порочна практика води до изправяне пред проблема с отпадъците многократно и без полезно решение.

17. Да се създадат генерални планове за акумулиране и отвеждане на отпадни пречистени води. Мотиви: Към момента на много места не е изградена канализационна инфраструктура за заустване на пречистените отпадни води в море или в река.

18. Чрез данъчни облекчения или други финансови инструменти държавата да стимулира хотелиерите, които въведат системи за пречистване на отпадни води. Мотиви: Разходите по пречистване на 1 куб. м. отпадни води от хотел може да достигне до 4 лева в зависимост от местоположението на обекта. Това, от своя страна, не би стимулирало хотелиерите да инвестират в пречиствателни станции.

19. Разходите за строителство и модернизация в туризма да се признаят за разход преди облагане с данък печалба.

20. Да се въведе корпоративен данък печалба до 10 на сто.

21. Държавата да субсидира отрасъл „Туризъм“ по въвеждане на договорените вече евростандарты, включително за безопасност на храните, за въвеждането на съвременни системи за пречистване на отпадни води и др. Мотиви: Вече са налице договореностите с ЕС и конкретните ангажименти на страната ни, включително и онези, касаещи туризма. Неоспорим е фактът, че както браншовите организации, така и техните членове не са информирани за тези ангажименти. Приемат се закони,

които за кратки срокове принуждават бизнеса да въведе скъпоструващи стандарти на световно ниво. Без финансовата помощ на държавата по внедряването на тези стандарти секторът не би се справил сам, би се получило социално напрежение без никакъв резултат. Пример за това е Законът за храните, който предвижда да се въведе „Система за анализ на опасностите и контрол на критичните точки“ във всеки обект за хранене в страната до 01.01.2007 г. Подобна система се въвежда от външни консултанти за период от близо 1 година и струва 8 000 - 10 000 лева. Към момента у нас има над 12 000 заведения за хранене, а консултантите, въвеждащи системата, са не повече от 50. Видно е отсега, че България няма да изпълни този свой ангажимент към ЕС. Това е само един пример за предстоящия хаос, който би настъпил на 01.01.2007 г., когато органите на ДВСК и ХЕИ започнат да изпълняват контролните си функции. С изтичане на крайния срок се създават предпоставки за корупционни практики.

22. Да бъдат въведени данъчни облекчения за всички туристически предприятия, въвели световните изисквания за екомаркировка. Мотиви: Туристическият отрасъл изпада в неконкурентноспособност, изоставайки от тенденцията за въвеждане на световните еконорми. За целта обаче са нужни немалко инвестиции и обучение на кадрите по въвеждането им. Данъчните облекчения биха стимулирали повече собственици и мениджъри да преосмислят позицията си и да започнат поетапното догонване на по-развитите дестинации и по този въпрос.

Призоваваме медиите в страната да изпълняват функцията си на четвърта власт и да осигуряват трибуна за дискусия по всички гореизброени искания.

Национален хотелиерски мениджмънт клуб поема ангажимента да представлява интересите на делегатите в конференцията и своите членове при разясняване на предложените мотивирани искания при провеждане на работните групи с представители на централната и местната власт България.

Надяваме се държавата в лицето на Президента, Министър-председателя и министрите да поеме своята отговорност си като страна в публично-частното партньорство с бизнеса.

От името на УС на Национален хотелиерски мениджмънт клуб:

Илиян Иванов, председател