

# ACT SOCIAL

## ИЗСЛЕДВАНЕ И КАРТОГРАФИРАНЕ НА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ НА ТУРИЗМА / ХРАНИТЕЛНО- ВКУСОВАТА ПРОМИШЛЕНОСТ В БЪЛГАРИЯ

*Действия за подпомагане и подобряване на социалното предприемачество на местно ниво*

*WP 3, Дейност. 3.3.1*

*Изследване за картографиране на текущото състояние на туризма и хранително-вкусовата промишленост в България, събиране и обработка на статистически данни и изготвяне на актуални отчети.*

*2018*

### СДРУЖЕНИЕ ЮНИ ПАРТНЕРС

<i>Име на проекта</i>	<i>Действия за подпомагане и подобряване на социалното предприемачество на местно ниво</i>
<i>Акроним на проекта</i>	<i>ACT SOCIAL</i>
<i>Продължителност</i>	<i>03.10.2017 – 02.10.2019</i>
<i>Партньори</i>	<i><b>LB (PB1)</b> Община Терми (Гърция) <b>PB2</b> Сдружение на Югозападните общини (България) <b>PB3</b> Сдружение Юни Партнерс (България)</i>

*The Project is co-funded by the European Regional Development Fund and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme*

## Съдържание

1 Анализ на изследването - „Актуалната ситуация в сектора на туризма и хранително-вкусовата промишленост в област Благоевград“	2
2 Методология	2
3 Анализ на данните	3
3.1 Анкета-Предприятия активни в туристическия и хранително-вкусов сектор	3
3.2 Проучване - Предприемачи и организатори в хранително-вкусовия и туристическия сектор	12
4 Представяне на резултатите от проучването	14
5 Представяне на резултатите от настолните изследвания в сектора на хранително-вкусовата промишленост	15
5.1 Административно-териториална структура на България	15
5.2 Национална икономика. Развитие на хранително-вкусовия сектор в България.	15
5.3 Регион Благоевград - характеристики	18
6 Представяне на резултатите от проведено проучване за Туристическия сектор	30
6.1 Влиянието на туристическия сектор върху развитието на икономиката в България	30
6.2 България - Международен туризъм, брой пристигащи. Фокус върху 2016г. и 2017г. Тенденции.	31
6.3 Описание на Туристическия сектор в България. Предимства и недостатъци.	33
6.4 Концепция за туристическо райониране на България	34
6.5 Благоевградска област - Стратегия за регионално развитие на област Благоевград 2014-2020	37
Заключение	40
Използвана литература	42
Приложение	44

## 1 Анализ на изследването - „Актуалната ситуация в сектора на туризма и хранително-вкусовата промишленост в област Благоевград“

Проучването е разработено от Асоциация Euni Partners с цел да се очертае настоящата ситуация в сектора на туризма и хранително-вкусовата промишленост като част от работния пакет 3 „Анализ на пазара и възможности за бизнес в туризма / хранително-вкусовите продукти в трансграничната зона“ в рамките на проекта „ДЕЙСТВИЯ за поддръжката и засилването на социалното предприемачество на местно ниво - ACT SOCIAL“.

Общата цел на проекта е да открие и определи социалното въздействие на предприятията, измерено по отношение интеграцията на заетостта в трансгранична област и да разработи структури и инструменти за подкрепа, които засилват капацитета на социалните предприятия в тази рамка.

Целевите групи на изследването са:

- предприятия, работещи в сектора на туризма и хранително-вкусовата промишленост в област Благоевград - включващи общини Благоевград, Симитли, Разлог, Белица, Якоруда, Кресна, Банско, Струмяни, Петрич, Сандански, Гоце Делчев, Гърмен, Сатовча и Хаджидимово; и
- основатели и предприемачи в споменатите сектори

Извадката от проучването беше 100 представители на сектора на туризма и хранително-вкусовия сектор в региона и 10 органи / власти, свързани с тях.

## 2 Методология

Използваната методология в проучването, насочена към предприятията, работещи в сектора на туризма и хранително-вкусовата промишленост в Благоевград, раздели процеса на три фази:

1. Списък на заинтересованите страни - Първо е проведено настолно проучване, за да се картографират предприятията, разположени в област Благоевград. Създаден е списък със

заинтересованите страни, включващ 160 предприятия, работещи в сферата на туризма и хранително-вкусовия сектор, с които беше направен необходимия контакт за попълване на проучването .

2. Разработване на въпросите на анкетата - Определени са целите на проучването. Въз основа на целите са разработени 21 въпроса, отговарящи на няколко аспекта:

- Идентифициране на предприятието
- Обхват на дейностите му
- Служители и възможности за работа
- Годишни приходи и печалби от продажби
- Модернизация и иновации
- Влияние на трансграничния район върху предприятието и
- Отношение към социалното предприемачество

Събиране на данните - Събирането на данните е проведено по три начина: чрез онлайн въпросници, интервю по телефона и теренни изследвания.

Списъкът на предприемачите и организаторите на сектора на хранително-вкусовата промишленост и туризма е разработен. Беше създадено проучване с 8 въпроса, представящо повече информация за дейността на институцията. Събирането на данните бе извършено чрез директни интервюта. Отговорите бяха осигурени от 11 отговорили.

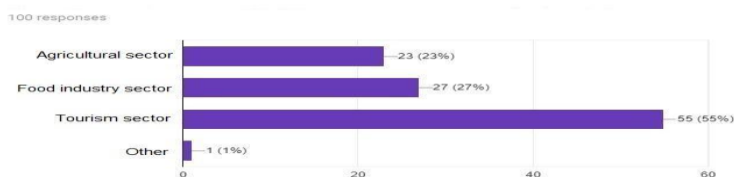
## 3 Анализ на данните

### 3.1 Анкета-Предприятия активни в туристическия и хранително-вкусов сектор

- **Идентифициране на предприятията**

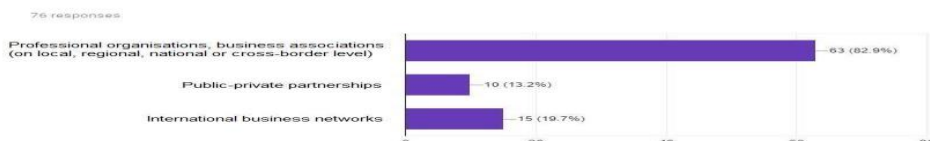
Първият въпрос идентифицира сектора, в който предприятията, взели участие в анкетата развиват дейността си. 23 предприятия развиват дейността си в земеделието, 27 в хранително-вкусовия и 55 в туристическия сектор.

Графика 1: Предприятието работи в:



Повечето предприятия (82,9%) членуват в професионални организации, бизнес организации и асоциации. 10 от тях участват в публично-частни партньорства и 15 в международни бизнес мрежи.

Графика 2: Предприятието участва в/членува в:



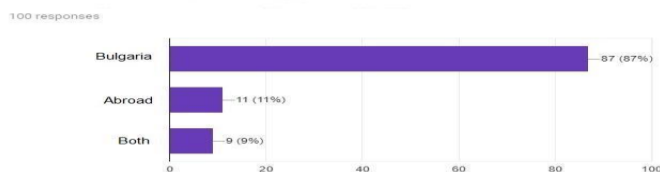
- **Обхват на дейността**

Следващите въпроси от анкетата предоставят информация за това къде развиват дейността си. 32% от предприятията развиват дейността си в чужбина. 20% от анкетираните развиват дейността си извън България или в България и в чужбина, основно в Европа, Балканите, Гърция, Северна Македония, Турция, Румъния, а едно от предприятията извършва дейност също и в Китай и САЩ.

Графика 3: Обхват на дейността

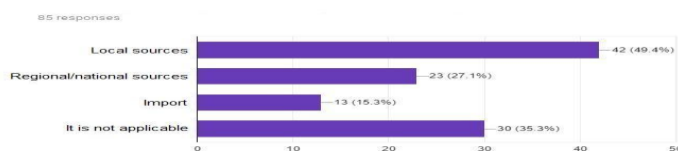


Графика 4: Предприятието работи в:



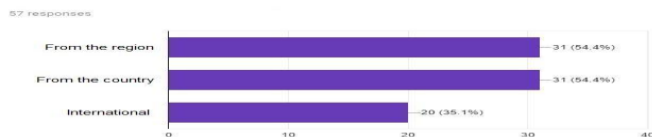
Почти половината предприятия (49,4%) използват местни източници за добив на суровини за своята продукция и 27% използват регионални и национални източници. 15,3% от предприятията внасят суровините си от чужбина.

Графика 5: Предприятието, работещо в производствената зона, получава суровина от:



Клиентите на предприятията от туристическия сектор са основно от областта или от страната. 20 процента от предприятията заявяват, имат основно международни клиенти.

Графика 6: Клиентите на предприятията в сферата на туризма са от:



- **Служители и възможности за работа**

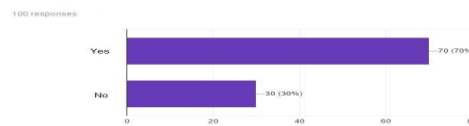
41% от предприятията имат 9 или по-малко служители. От 10 до 49 служители имат 47,5%. 7% от отговорите казват, че предприятията имат от 50 до 249 служители, а 4% работят с над 250 души.

Фигура 7: Персонал на предприятията



70% от отговорите посочват броя на новите позиции, открити от предприятията в рамките на последните 5 години. Заедно са създадени над 500 нови позиции. Повечето от предприятията (85%) са разкрили до 10 работни места.

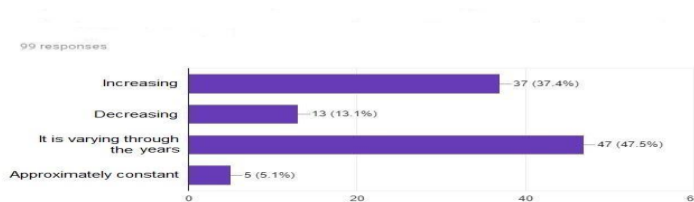
Фигура 8: Нови работни места, открити от предприятието през последните 5 години



- **Приходи и печалби от продажби**

Следващата диаграма представя отговорите на предприятията по отношение на печалбата им. 37 от предприятията твърдят, че печалбата се увеличава, а 13, че тя намалява. За почти половината от отговорите (47,5%) приходите от продажби варират през годините и за около 5% от отговорилите печалбата е приблизително постоянна.

Фигура 9: Печалба на предприятие за последните 5 години



68,5% от предприемачите твърдят, че по-малко от 10% от продукцията им е предназначена за износ. 16,3% от предприятията целят 10% - 20% от продукцията им да бъде за износ. Между 21% - 50% от продукцията / услугите са изпратени в чужбина от 9,8% от отговорилите. 5,4% от предприятията изнасят над 50% от продукцията.



Графика 10: Процент на производство/услуги, предлагани от предприятието, предназначено за износ / външен пазар



- **Модернизация и иновации**

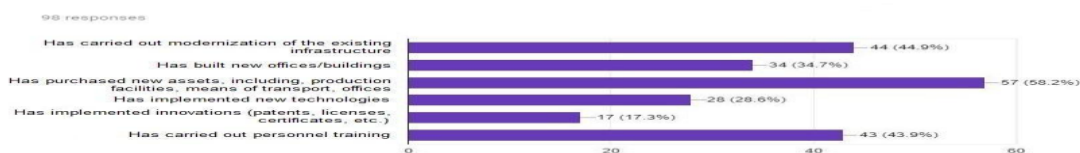
Следващите въпроси предоставят информация дали предприятието се нуждае от модернизиране или подмяна на основните активи и какви подобрения и иновации е извършило. Повечето от предприятията (88,9%) се нуждаят от частично или основно обновяване или подмяна на активите.

Графика 11: Необходимост от обновяване или подмяна на основните активи



Диаграмата по-долу показва различни подобрения, прилагани през последните 5 години. Най-често това е закупуване на нови активи, производствени съоръжения, транспортни средства или офиси и модернизиране на съществуващата инфраструктура, заедно с провеждане на обучение за служителите на предприятието.

Графика 12: През последните 5 години предприятието:



49 от отговорилите твърдят, че са получили заем от банката или друга финансова институция. 13 са използвали средства на Европейския съюз или други донорски програми.

Графика 13: През последните 5 години, предприятието е получило:



- **Влияние на трансграничната зона върху предприятията**

На следващия въпрос участниците трябва да отговорят дали бизнесът им е повлиян от факта, че извършват дейност в трансграничния регион България - Гърция. 30,3% от отговорите заявяват, че предприятието работи успешно в трансграничен регион, а 40,4% смятат, че имат потенциал да развият предприятието в трансграничния регион.

Графика 14: Влияние на транс-граничния регион върху предприятията:



- **Отношение към социалното предприемачество**

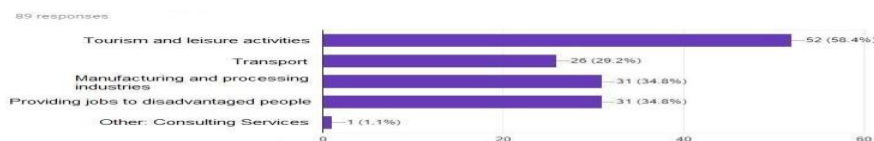
67,7% от предприятията казват, че не са работили със социални предприятия. Около 21% от предприятията са използвали услугите на социални предприятия, а 11% работят в момента с тях.

Графика 15: Опит със социалните предприятия



Следващата таблица по-долу представя областите на интереси, в които предприятията биха искали да работят със социални предприятия. 52 предприятия биха искали да включат социалните предприятия в туризма и развлекателните дейности. Производствената и преработващата промишленост и осигуряването на работни места на хора в неравностойно положение получиха равен интерес от 31 предприятия.

Графика 16: Области, в които предприятията имат интерес да работят със социални предприятия



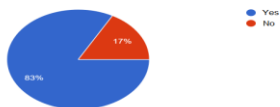
49% от отговорилите са заинтересовани да научат повече за социалните предприятия в региона. 35% вече са запознати с тях. А 16% от предприятията нямат интерес.

Графика 17: Запознати ли сте със социалните предприятия, работещи в региона?



Последната диаграма показва интересът на предприятията да включат социалното предприемачество в своя бизнес. Дори 83% от отговорилите биха искали да правят бизнес със социално въздействие или социално предприемачество. В друг въпрос отговорилите изразяват мнение дали социалното предприемачество е важно и има влияние. 46 предприятия вярват, че социалното предприятие има положителен ефект върху местната общност и върху бизнес средата. 6 предприятия смятат, че социалното предприятие има потенциал да подобри възможностите и условията за развитие на малкия бизнес, а 16 от тях казват, че няма влияние.

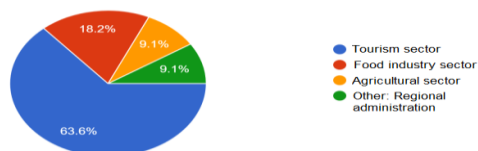
Графика 18: Имате ли желание да развivate бизнес със социално въздействие / социално предприемачество?



### 3.2 Проучване - Предприемачи и организатори в хранително-вкусовия и туристическия сектор

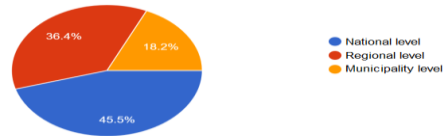
Първата диаграма представлява сектори, в които институцията извършва своите дейности. 7 от отговорилите са от туристическия сектор (63,6%), 2 институции са от сектора на хранителната промишленост, 1 от селскостопанския сектор и 1 от регионалната администрация.

Графика 19: Институцията изпълнява функции в:



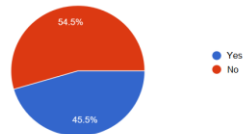
Следващият въпрос дава информация за обхвата на дейностите на институцията. Почти половината от институциите работят на национално ниво.

Графика 20: Институцията осъществява своите дейности и функции по:



45,5% от отговорилите твърдят, че водят статистически данни за бизнеса, работещ в конкретния сектор или работят с база данни.

Графика 21: Институциите поддържат статистически данни и работят с база данни.



Според информацията, която институциите имат за предприятията, работещи в сектора на Югозападния регион, 81,8% от отговорилите казват, че в сектора е имало развитие през последните 5 години.

Графика 22: Тенденциите, наблюдавани от институциите в сектора



Въз основа на информацията, която институциите имат за процента на услугите / производството, предназначени за външния пазар / износ по отношение на компаниите, работещи в сектора и базирани в Югозападния регион, 4 институции казват, че 50%, 35%, 70% и 55 % от продукцията им е предназначена за външен пазар.

Според информацията, която имат институциите, и тенденциите, които се наблюдават, 63,6% от институциите казват, че предприятията се влияят от факта, че работят в трансграничния регион България-Гърция и 36,4% че предприятията имат потенциал и реална възможност да развиват услуги / внос / износ в региона.

Графика 23: Влияние на трансграничния регион Гърция - България



## 4 Представяне на резултатите от проучването

Според резултатите от проучването ситуацията в сектора на туризма и хранително-вкусовата промишленост в Благоевград е благоприятна. Въпреки че почти 60% от предприятията твърдят, че печалбата им е плаваща или намаляваща, тези сектори играят важна роля на пазара на труда. Следвайки отговорите, предприятията наемат стотици работници и са произвели над 500 работни места през последните 5 години. Туристическият сектор е доста добре развит и предлага възможности не само за местните жители, но и за чуждестранните клиенти.

Почти 70% от предприятията твърдят, че повече от 90% от тяхната продукция е предназначена за родния пазар, което дава възможност на предприятията да разширят бизнеса си и в трансгранична зона и да запълнят празнината на пазара. Това се подкрепя и с интереса на предприятията да се развият в трансграничния регион - 40,4%.

Повечето предприятия са членове на местни или национални организации, поради което има потенциал да се предложи партньорство в международни бизнес мрежи.

По отношение на социалното предприемачество 67,7% от предприятията казват, че не са работили със социални предприятия. Положителното явление е, че дори 83% от анкетираните биха искали да правят бизнес със социално въздействие или социално предприемачество, което създава възможност за изпълнение на целите на проекта.

Друго положително наблюдение е фактът, че всички интервюирани институции вярват във важността на трансграничния регион България-Гърция за развитието на бизнеса. Това се потвърждава и от резултатите от проучването, тъй като през последните 5 години се наблюдава развитие в секторите в Югозападния регион.

## 5 Представяне на резултатите от настолните изследвания в сектора на хранително-вкусовата промишленост

### 5.1 Административно-териториална структура на България

В установените правила на NUTS (Класификация на териториалните единици за статистически цели) административно-териториалната структура е на три нива, както следва:

NUTS I – два региона;

NUTS II – шест региона;

NUTS III – 28 административни области;

Югозападен и Южен централен регион се определят като ниво NUTS I и се състои от два региона на ниво NUTS II - Югозападен регион и Южен централен регион.

В Югозападен регион има 5 области, определени като ниво NUTS III - град София, област София, област Благоевград, област Перник, област Кюстендил.

Трансграничният район, определен от ИНТЕРРЕГ България-Гърция, включва област Благоевград. Програмата е фокусирана върху Северна Гърция и Южна България около общата им граница и има за цел по-тясно сътрудничество между двете страни.

### 5.2 Национална икономика. Развитие на хранително-вкусовия сектор в България.

Земеделието е ключов сектор в българската икономика. Членството в ЕС дава силен тласък на търговията - 65% от износа на селскостопански продукти за ЕС и 75% от вноса в ЕС. Промислеността има значителна роля в развитието на селските райони и заетостта и създава между 12-15% от brutния вътрешен продукт (БВП) на страната. След присъединяването на България към ЕС през 2007



г. българската икономика се подобри - заетостта се увеличи, както и brutния вътрешен продукт, покупателната способност на населението постепенно се преобразува към покупателната способност на ЕС 28, външнотърговския баланс и измерената инфлация по индекса на потребителските цени остана в рамките на 2,5-3,4%. (Развитие в земеделието и селските райони на България). Според данните на Националния статистически институт (НСИ) през 2015 г. БВП е около 88 милиона лева, а през 2016 г. се е увеличил с 3,9% в реално изражение. В номинално изражение годишният БВП възлиза на 94 130 милиона лева (48 128 милиона евро).

Според годишния доклад за състоянието и развитието на селското стопанство инфлацията отбелязва спад с 0.1%, а средната годишна инфлация за годината е минус 0.8%. За 2016 г. износьт е 48% от БВП (45,187 милиона), а вносът за годината възлиза на 47,112 милиона, или 50,1% от БВП на страната. В сравнение с предходната 2015 г. отрицателното търговско салдо за годината се сви с 62.5% до -1,925 милиона лева (-984 милиона евро). Това се дължи на увеличението на износа, съчетано с леко намаление на вноса спрямо предходната година.

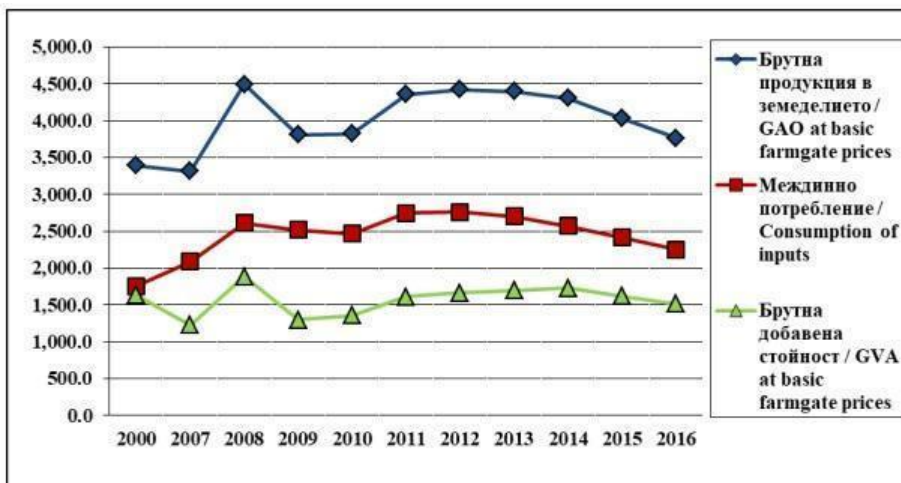
#### Основни макроикономически показатели на Република България

Индикатор	2012	2013	2014	2015	2016
БВП по текущи цени, милион BGN	82 040	82 166	83 634	88571	94 130
БВП по текущи цени, милион EUR	41 947	42 011	42 762	45 286	48 128
Реално годишно изменение на БВП, %	0,0	0,9	1,3	3,6	3,9
Средна годишна инфлация, %	3,0	0,9	-1,4	- 0,1	- 0,8
Инфлация в края на годината, %	4,2	- 1,6	- 0,9	- 0,4	0,1
Търговски баланс, милион BGN	-7 808	-5 736	-5 431	-5 129	-1 925
Търговски баланс, милион EUR	-3 992	-2 933	-2 777	-2 622	-984

*Източник: Годишен доклад за състоянието и развитието на селското стопанство, 2017г.*

След 2009 г. растежът на БВП се колебае в рамките на 2%, а причините за това са вътрешната икономическа среда и трудната ситуация в европейската икономика. Поради по-бързото цялостно развитие на сектора на услугите, който е около 65% от БВП, делът на аграрния сектор пада в рамките на 5%. Едни и същи процеси могат да се наблюдават едновременно в много развити страни, но показателите за България са много по-ниски от много водещи развиващи се страни.

**Брутно производство и добавена стойност от селското стопанство, милион EUR**

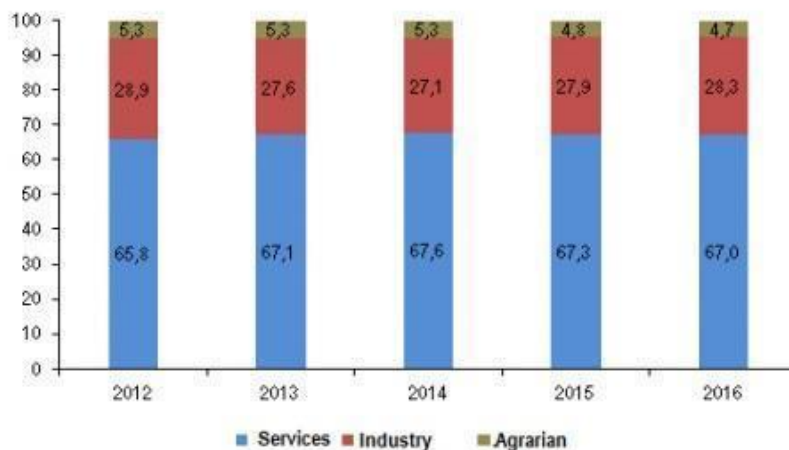


Източник: Анализ на развитието на аграрния сектор в България, НСИ

**Брутна добавена стойност**

През 2014 г. българската брутна селскостопанска продукция е около 830 евро на хектар, докато средното за ЕС-27 е над 2200 евро / хектар. Това обяснява защо ниските нива на добавена стойност се дължат повече на слабостите в сектора, отколкото на по-бързото и напреднало развитие на услугите и индустрията. Между 2007 и 2015 г. добавената стойност в българското селско стопанство нараства с почти 33%, докато в Унгария този растеж е 41%, а в Полша намалява с 6,5%. Според годишния доклад за състоянието и развитието на селското стопанство за 2017 г., през 2016 г. добавената стойност на аграрния сектор възлиза на 3 817 милиона лева според текущите цени, което отбелязва реален ръст от 5,3% на годишна база.

**БДС по икономически сектори в %**



Източник: МЗХ, Годишен доклад за състоянието и развитието на селското стопанство, 2017 г.

В сравнение с предходната година делът на аграрния сектор в БДС намалява с 0.1 процентни пункта. Според НСИ, средната годишна заплата на заетостта в сектора на селското стопанство, горския сектор и рибарството се е увеличила с 9,6%.

### Брутен вътрешен продукт

БВП е основната мярка за националните сметки, обобщаваща икономическото положение на държава или регион. Според Евростат през 2016 г. БВП по пазарни цени в ЕС-28 е бил оценен на 14,8 трилиона евро. Четири региона в ЕС имат БВП на глава от населението повече от двойно по-голям от средния за ЕС-28: Вътрешен Лондон - Запад, Люксембург, Хамбург и Регион де Брюксел-Капитале (регионът на столицата на Белгия). Регионите на столицата със следващите най-високи нива на БВП на глава от населението, около 75% по-високи от средното за ЕС-28 са следните: региони, покриващи френската столица, Вътрешен Лондон - Изток, Стокхолм, Братислава и Прага. Регионите са пет от шестте на ниво НТЕС от България (изключение е Югозападен, регионът на столицата); 5 полски региона; 4 от общо 7 унгарски региона; 4 от 8 румънски региона; 3 гръцки региона; и Майота, френски отвъдморски регион. Най-ниските нива на средния БВП на глава от населението, по-малко от една трета от средното за ЕС-28, са регистрирани в три от българските региони (Северозападен, Северен централен и Южен централен) и френския регион Майота. В сравнение с региона Лондон-Запад, българският Северозападен регион е 20 пъти по-нисък. БВП на глава от населението расте по-бързо от средното за ЕС-28 във всеки регион на България, Унгария, Словакия, Румъния и Полша.

### 5.3 Регион Благоевград - характеристики

Област Благоевград се намира в Югозападния регион (ниво NUTS 2) и е един от 28-те области на България. Намира се между областите Кюстендил, София, Пазарджик и Смолян, а страната граничи с Гърция и Македония. За разлика от другите области в страната, географското положение на региона благоприятства отглеждането на голям брой средиземноморски растителни видове. Почвите са добри за отглеждане на тютюн, лозя, овощни насаждения (картофи, чушки, домати, краставици) и зеленчукови насаждения (ябълки, сливи, праскови, нектарини, ягоди, череша и др.), Топлолюбиви култури, билки, гъби и т.н.



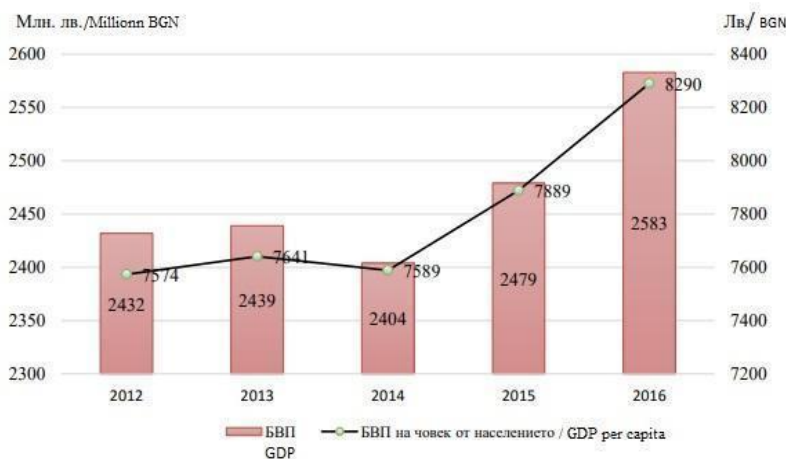
Особено характерни за района са продължителните летни суши в низините и валежите под средните за страната, което прави селскостопанското производство по-скъпо. Късната пролет и ранните есенни студове причиняват сериозни щети на зеленчуци, тютюн, овощни градини.

Общата площ на региона е 6 649,5 км<sup>2</sup> или 5,8% от територията на страната. Според земеделското преброяване на населението 2010 г. броят на населените места е 278, администрирани в 14 общини, като на територията има 13 и 265 села. Според преброяването на населението през 2011 г. населението на областта е 323 552 души или 4,4% от населението на страната. Общата използвана земеделска площ (ИЗП) е 583 588,5 дка, което е 9% от територията на областта. Обработваемите земи, съчетани с климатичното разнообразие, дават добри възможности за земеделие, което води до развитие на хранително-вкусовата промишленост.

Над 50% от преработващата промишленост е концентрирана в община Благоевград. Земеделието и хранително-вкусовата промишленост (включително дейности, свързани с производство и преработка на месо, преработка и консервиране на плодове и зеленчуци, производство на растителни и животински мазнини, производство на мляко и млечни продукти, смилане, готови фуражи, хляб, хлебни и сладкарски изделия, готови храни, тестени изделия, безалкохолни напитки и алкохол) са силно развити. Около 30% от икономически активното население в община Струмяни се занимава със земеделие (отглеждане на тютюн, плодове, зеленчуци и др.).

Според Националния Статистически Институт (НСИ) през 2016 г. БВП за област Благоевград е 2 583 милиона лева, което е 2,7% от БВП на страната. В сравнение с 2015 г. той нараства с 4.2%. БВП на глава от населението възлиза на 8 290 лева от стойността на показателя. През 2016, БВП на страната се е покачил с 3.9%, в сравнение с предходната година. В номинално изражение той достигна 94 130 милиона лева (48 128 милиона евро), 13 206 лева (6 752 евро) на глава от населението.

**БВП в област Благоевград по години**



Източник: НСИ

През 2016 г. област Благоевград обхваща 2,7% от БВП на страната, което го нарежда на 7-мо място в страната за 2016 г. (темпът на растеж от 2011 г. до 2016 г. е 7,7%). София (столица) и Софийска област заедно записаха стойност от 43,3% БВП. Може да се заключи, че големият принос за икономиката Югозападен регион се дължи на концентрацията на националната икономика в София.

През 2016 г. БДС в региона генерира 2 229 млн. лв., което е с 4,0% повече спрямо предходната година. Добавената стойност на сектора на услугите е 1 305 милиона, което е 58,5% от общата БДС за региона. В сравнение с предходната година относителният дял нараства с 1.1%. БДС на индустриалния сектор е 707 млн. лв., което представлява 31,7% от общата БДС за региона. Относителният му дял е намалял с 0,9% спрямо 2015 г. Относителният дял на селскостопанския сектор е 9,8% от БДС на региона (217 милиона лева), което показва, че в сравнение с предходната година относителният дял намалява с 0,2%.

#### Относителни дялове на икономическите сектори в БДС в регион Благоевград



Източник: НСИ

#### Структура на земеделските стопанства

Селскостопанският сектор е основен източник на доходи за населението в селата и за повечето общини в региона, а неговият спад, при липса на друга алтернатива на доходите и заетостта, води до увеличена миграция на работещо население.

Според земеделското преброяване през 2010 г. броят на земеделските стопанства в област Благоевград представлява 10,4% дка (38 467) от стопанствата в страната, което го прави региона с

най-голям брой стопанства в България. Средният размер на ИЗП в областта е 15,4 дка. От таблицата по-долу става ясно, че в същия регион има най-малък брой стопанства - само 15%, където 553 стопанства нямат ИЗП. Община Сандански обработва 79 838 дка ИЗП (14%), което е най-големият дял на ИЗП, докато община Петрич обработва 12% от ИЗП. От таблицата също става ясно, че земеделските стопанства, които отглеждат до 10 дка наброяват 31 914 - 84% от стопанствата с ИЗП и областта и те обработват 116 093 дка (20%) от ИЗП. Броят на стопанствата, които отглеждат над 500 дка, са 112, което е 47% от общата ИЗП на региона. Постоянните пасища, ливади и овощни градини в област Благоевград са 107 304 за 2010 г.

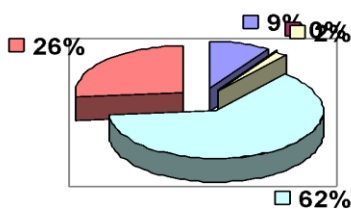
### Разпределение на земеделските стопанства в област Благоевград според размера на ИЗП по общини

Municipality	Total			UAA (dca)											
	Number of holdings	UAA (dca)	Average size (dca)	= 0.0	> 0.0 n < 10.0		≥ 10.0 n < 20.0		≥ 20.0 n < 100.0		≥ 100.0 n < 500.0		≥ 500.0		
				Number of holdings	Number of holdings	UAA (dca)	Number of holdings	UAA (dca)	Number of holdings	UAA (dca)	Number of holdings	UAA (dca)	Number of holdings	UAA (dca)	
<b>BULGARIA</b>	<b>370 222</b>	<b>36 169647.3</b>	<b>101.3</b>	<b>13 148</b>	<b>248 015</b>	<b>816 280.7</b>	<b>46 944</b>	<b>625 506.8</b>	<b>41 124</b>	<b>1 631422.8</b>	<b>12 828</b>	<b>2 786 112.8</b>	<b>8 163</b>	<b>30 310324.2</b>	
<b>Blagoevgrad District</b>	<b>38 467</b>	<b>583 588.5</b>	<b>15.4</b>	<b>553</b>	<b>31 914</b>	<b>116 093.1</b>	<b>3 877</b>	<b>50 097.5</b>	<b>1 615</b>	<b>57 598.9</b>	<b>396</b>	<b>84 844.0</b>	<b>112</b>	<b>274 955.0</b>	
Bansko	893	72 983.6	81.7	-	810	2 333.6	34	430.9	22	1 127.4	15	4 100.9	12	64 990.8	
Belitsa	1 607	15 761.8	9.8	6	1 172	4 899.1	258	3 297.2	157	5 173.7	14	2 391.8	-	-	
Blagoevgrad	2 219	49 117.7	22.3	17	1 741	5 489.6	255	3 393.2	149	5 754.3	42	9 188.1	15	25 292.5	
Gotse Delchev	2 971	28 589.3	9.7	27	2 590	8 954.5	248	3 187.3	72	2 377.9	26	5 877.5	8	8 192.1	
Garmen	3 159	21 447.3	6.8	5	2 656	12 035.3	425	5 479.7	68	2 380.8	4	c	1	c	
Kresna	1 012	15 329.3	15.2	6	836	2 659.2	101	1 354.9	53	2 113.5	12	2 131.6	4	7 070.1	
Petrich	7 500	69 737.9	9.8	359	6 133	20 504.5	611	8 035.4	303	10 403.1	77	16 389.7	17	14 405.2	
Razlog	1 148	76 751.4	67.4	9	954	2 795.7	72	974.4	79	3 248.3	28	5 875.6	6	63 857.4	
Sandanski	5 009	79 837.7	16.2	77	4 179	12 013.1	430	5 477.4	220	7 341.7	73	17 258.2	30	37 747.3	
Satovcha	5 194	67 705.7	13.1	7	4 650	18 763.2	427	5 377.5	86	3 038.1	23	c	1	c	
Simitli	2 411	30 948.1	12.9	3	2 090	6 683.3	189	2 409.6	89	3 723.8	28	6 187.7	12	11 943.7	
Strumyani	1 246	15 850.0	12.7	1	914	3 655.1	195	2 645.6	113	4 074.8	22	c	1	c	
Hadzhidimovo	2 331	19 564.9	8.5	17	1 894	9 497.7	350	4 371.3	54	1 691.5	14	c	2	c	
Yakoruda	1 767	19 963.8	11.4	19	1 295	5 809.2	282	3 663.1	150	5 150.0	18	3 121.5	3	2 220.0	

Източник: МЗХ, Agro statistics

### Разпространение на ИЗП в област Благоевград

Според отчета на Agro statistic № 201 - ноември 2012 г. и преброяването на селското стопанство през 2010 г. земеделските стопанства в област Благоевград са 37 914 от общата използвана земеделска площ. Съществуват 4 селскостопански кооперации, което ги прави 0,4% от ИЗП със среден ИЗП от 638,5 дка. Търговските дружества са 129 и използват 9% от общата ИЗП със средна площ на стопанство от 415,6 дка. Стопанствата, притежавани от физически лица, заемат 62% от ИЗП на района - 9,6 дка. Едноличните търговци са 1,8% от ИЗП със среден размер на площта от 105,6 дка. Останалата част от ИЗП се култивира от граждански сдружения и други структури (манастири, училища, институти и др.). Земята, собственост на стопанства, е 69% от използваната площ, а 31% е отдадена под наем. 65% от използваните земи са собственост на физически лица.



## Култури

Районът се характеризира с производство на тютюн, картофи, домати, грозде и праскови. Според преброяването на земеделските стопанства през 2010 г. общата обработваема земя в област Благоевград е 155 091 дка или 27% от ИЗП. Промислените култури заемат 24% от обработваемите земи, зърнените култури 38%. Сред най-висок дял заема житото - 57%. 92% от тютюна имат най-висок дял от отделните култури, което е 14% от тютюневите площи в цялата страна. Постоянните култури заемат 8,8% от ИЗП, а лозята заемат 68% от постоянните култури в региона. В общините Гоце Делчев, Петрич, Якоруда и Сатовча са концентрирани 14% от площите с картофи в страната, заемащи 3% от ИЗП в област Благоевград. Черешите заемат 1952 дка, сливите 1474 дка, ябълките - 5187 дка, нектарините и прасковите 5279 дка.

Полетата обхващат 72,1% от обработваемата земя, а естествените ливади - 15,6%. Многогодишните плодове, лозя, ягоди и други трайни насаждения са 12,2%, а другите обработваеми земи - 0,1%. В края на 2012 г. общият брой на регистрираните производители и търговци на биологични продукти е с около 30% повече в сравнение с предходната година. През 2016 г. производството на овес в страната нарасна с 44,6% в сравнение с предходната година. Повечето площи, засети с овес, са добивани в Югозападния регион - 35,7% от добитите площи в страната. Средната доходност нараства с 4.4% в сравнение с 2015 г.

### Земеделска площ и култури в област Благоевград

Agricultural area and crops	BULGARIA		Blagoevgrad District	
	Holdings (number)	Area (dca)	Holdings (number)	Area (dca)
Utilized agricultural area	357 074	36 169 647.3	37 914	583 588.5
Arable land	250 728	31 249 279.8	29 048	155 091.0
Cereals	119 640	17 961 480.0	13 500	63 457.0
- Wheat	49 436	11 497 374.0	793	33 635.5
- Barley	19 759	2 523 437.0	328	5 010.0
- Rye	2 848	121 590.5	255	862.9
- Grain maize	68 381	3 151 539.5	7 187	14 917.3
Tobacco	33 457	246 079.9	9 368	33 712.5
Forage crops	75 332	1 061 335.0	2 777	9 476.4
Potatoes	88 749	135 529.9	15 853	18 826.0
Kitchen gardens	227 930	103 646.5	18 004	6 242.7
Permanent grassland	107 267	3 820 229.9	17 329	370 620.5
Permanent crops	118 610	996 491.0	12 909	51 634.3
- Vineyards	87 002	523 357.0	9 636	34 994.3
- Fruit species	42 827	455 049.0	5 234	15 883.3
Apples	19 138	58 509.8	3 417	5 186.9
Peaches and nectarines	9 369	48 701.7	2 229	5 278.6
Plums and wild plums	16 273	83 745.8	1 466	1 474.4
Cherries and sour cherries	10 702	106 319.8	665	2 192.8

*Източник: Бюлетин №201 - ноември 2012 "Преброяване на земеделските стопанства през 2010 г., ОБЛАСТ НА БЛАГОЕВГРАД - основни резултати"*

Община Гоце Делчев произвежда тютюн, зеленчуци, картофи и технически култури. На територията на общината има 60 804 дка ниви, 33 513 дка ливади и пасища, трайни насаждения, включително лозя 5 220 дка и 2 912 дка лозя. Общият брой на говедовъдните стопанства е 23. Отраслите овцевъдство, скотовъдство и птицевъдство нарастват. В общината няма лицензирани мандри. Има едно предприятие за преработка на месо. Селското и горското стопанство са структурно важни за икономиката на община Якоруда. На нейната територия има регистрирани 10 млади фермери, 197 фермери, 81 производители на тютюн и 11 пчелари.

През последните години интересът сред жителите на община Кресна за създаване на стопанства и производство на екологични продукти, както и за отглеждане на местни породи на територията, разположена в Национален парк Пирин, се увеличава.



### Типология на земеделските стопанства в област Благоевград

Types of specialist holdings		Unit	BULGARIA	Blagoevgrad District	% in the district
<b>Total</b>		Number of holdings	<b>370 222</b>	<b>38 467</b>	<b>100.0%</b>
		SO (thousand Euro)	<b>2 458 262.8</b>	<b>77 858.0</b>	<b>100.0%</b>
<b>Specialist holdings— crops</b>	Field crops	Number of holdings	63 112	9795	25.4%
		SO (thousand Euro)	1 152 959.3	14 355.7	18.4%
	Vegetables, flowers and mushrooms	Number of holdings	18 223	2910	7.6%
		SO (thousand Euro)	166 013.1	19282.3	24.7%
	Permanent crops	Number of holdings	32 111	5032	13.1%
		SO (thousand Euro)	60 544.3	3259.3	4.2%
<b>Specialist holdings — animal production</b>	Grazing livestock	Number of holdings	88 630	6694	17.4%
		SO (thousand Euro)	379 412.6	19 065.6	24.5%
	Pigs, poultry and rabbits	Number of holdings	28 583	992	2.6%
		SO (thousand Euro)	348 827.3	1 921.3	2.5%
<b>Mixed holdings</b>	Mixed crop holdings	Number of holdings	14 607	2267	5.9%
		SO (thousand Euro)	65 950.0	3633.3	4.7%
	Mixed livestock holdings	Number of holdings	50 186	2 694	7.0%
		SO (thousand Euro)	76 438.5	3 902.0	5.0%
	Mixed crop and livestock holdings	Number of holdings	73 788	8 043	20.9%
SO (thousand Euro)	208 117.7	12 438.5	16.0%		
Not classified holdings		Number of holdings	982	40	0.1%

*Източник: Бюлетин №201 - ноември 2012 "Преброяване на земеделските стопанства през 2010 г., ОБЛАСТ НА БЛАГОЕВГРАД - основни резултати"*

В сравнение с резултатите от 2015, през 2016 г. производството на овес нарасна с 44,6%, главно в резултат на увеличение на добитите площи с 38,3%. Повечето площи, засети с овес, са добивани в Югозападния регион - 35,7% от добитите площи в страната. Средната доходност нараства с 4.4% в сравнение с 2015 г.

Основни проблеми в производството на култури:

- От 2003 г. производството на зеленчуци и плодове е спаднало с близо 70%.
- Почти 80% от производството на плодове и зеленчуци се внася от други страни. Високите разходи, технологичните пропуски, липсата на маркетингови канали и стандарти за качество са част от причините за тази ситуация.
- Големите пазарни вериги до голяма степен контролират търговията с храни в рамките на Европейския съюз.
- Българските фермери все още не могат да отговорят на европейските стандарти.
- Появилите се през последните няколко години частни купувачи на тютюн имат високи изисквания към качеството на тютюна, като в същото време понижават цената му, за да защитят своите интереси.
- Липса на актуална информация, особено по отношение на съвременното развитие на аграрната наука и практика.
- Силно намаляване на поливните площи.
- Липса на нови технологии и машини.

- Липса на специализирани центрове за подпомагане и консултиране на земеделските производители за пазарните условия; организиране на обучения за подобряване на техните умения и агротехническа култура.
- Броят на земеделските кооперации е много ограничен и техните дейности не винаги са ефективни.
- Липса на сътрудничество и подкрепа между местните производители.
- Селскостопанската продукция в Македония е по-евтина, което прави страната сериозен конкурент.

## **Животновъдство**

Животновъдството е един от приоритетните сектори за страната и се подпомага от държавни финансови инструменти и механизми на европейските фондове.

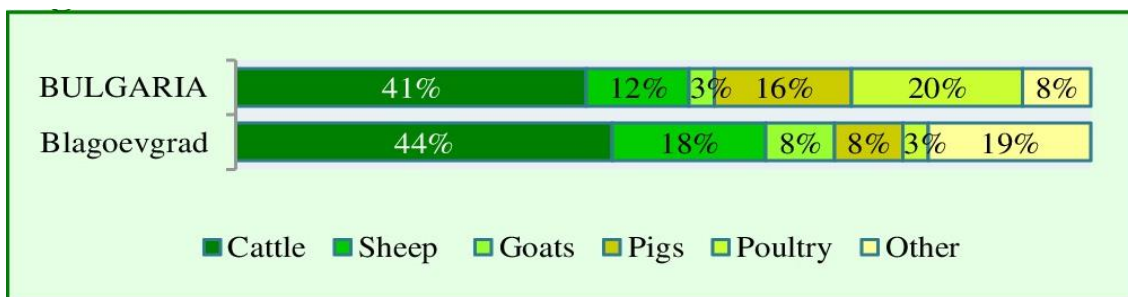
През 2016 г. броят на животновъдните стопанства продължава да намалява поради отпадането на някои малки стопанства, докато средният размер на земеделските стопани продължава да се увеличава. Това от своя страна доведе до по-висока ефективност на производството и икономическа стабилност. Според годишния отчет за състоянието и развитието на селското стопанство 2017 г. броят на животновъдните стопанства намалява с 9% в сравнение с предходната 2015 г. Броят на овцевъдните и козевъдните стопанства намалява до 14,3% и 23,9%, а свинефермите намаляват с 24,1 %.

През 2016 г. се наблюдава увеличение на броя на отглежданите животни. Общият брой на едрия рогат добитък нараства с 1,4%, овцете нарастват с 2,1%, а свинете - с 2,7%. Броят на птиците намалява до 13,7 милиона или с 12% в сравнение с предходната 2015 г. През 2016 г. се наблюдава спад в броя на млечните крави и развъждането на кози съответно с 1,8% и с 9,3% на годишна база. Производството на сурово мляко намалява с 0,3% спрямо 2015 г.

Този сектор е много обещаващ и за редица общини в област Благоевград. Според земеделското преброяване на населението в област Благоевград 2012, 24 567 стопанства са заети от добитък, пчели и домашни птици. В 30% от стопанствата се отглеждат говеда, в 26% - овце, в 35% - кози, в 30% - свине и в 41% - домашни птици. Всички животни се отглеждат в стопанства, собственост на физически лица, където 98% са говеда, 92% са свине, 99% - овце и кози, а домашните птици са 98%. Говеда в региона са 30 855. Пчелните семейства (14 452) се отглеждат в 847 стопанства, където 98,5% от стопанствата са собственост на физическо лице.

Секторът на пчеларството се нуждае от внедряване на нови технологии, по-добър контрол върху здравословното състояние на пчелните семейства и мерки за подпомагане прибирането на пчелните продукти.

**Разпределение на животновъдните единици за 2012 г. в проценти**



*Източник: Бюлетин №201 - ноември 2012 "Преброяване на земеделските стопанства през 2010 г., ОБЛАСТ НА БЛАГОЕВГРАД - основни резултати"*

Species and categories of animals	BULGARIA		Blagoevgrad District	
	Holdings (number)	Number of animals*	Holdings (number)	Number of animals*
Cattle	95 357	576 339	7 434	30 855
- Cows	86 210	347 291	6 934	18 261
Sheep	91 793	1 415 181	6 386	99 814
Goats	84 582	388 866	8 522	42 610
Pigs	82 265	670 469	7 394	16 217
- Sows	15 235	73 547	766	1 850
Equidae - total	92 806	112 632	11 014	12 816
Poultry	185 455	17 491 187	9 977	112 612
- Laying hens and pullets	180 253	7 875 278	9 898	105 966
Bee colonies*	23 982	588 694	847	14 452

*Източник: Бюлетин №201 - ноември 2012 "Преброяване на земеделските стопанства през 2010 г., ОБЛАСТ НА БЛАГОЕВГРАД - основни резултати"*

Основните проблеми в развитието на животновъдството в област Благоевград се определят от:

- Ниска изкупна цена
- Липса на финансови ресурси и труден достъп до нови инвестиции
- Липса на нови пазари
- Липсата на развита пътна мрежа, електроснабдяване и водоснабдяване, както и слабо развитата мрежа от млекопреработвателни предприятия са някои от причините за поддържане на развитието на скотовъдството и овцевъдството в планинските райони на региона.
- Липса на система за защита интересите на производителите и механизми за насърчаване на производствения процес
- Качеството на запаса (генетичен фонд) се влошава, няма селекционна дейност. Пренебрегвана медицинска помощ за животните.

## **Хранително-вкусов сектор**

Според Доклада за преработка на храни в България от 2016 г., хранително-вкусовата промишленост произвежда почти 5 млрд. Евро (включително напитки и тютюн) или 3,5% от брутната добавена стойност в българската икономика. През 2013 и 2014 г. инвестициите в този сектор нарастват с 10%. Увеличава се броят на земеделските производители, преработващи собствена продукция. 480/5000 След 2011 г. производството на млечни продукти се е увеличило и няколко години по-късно достига нивото си отпреди кризата. Производството на прясно мляко отбелязва най-голямо увеличение, докато киселото мляко остава символ на индустрията. Има ясна тенденция на диверсификация на производството при преработката на млечни продукти - различни видове сирена - пушени, за мазане, меки, твърди, с подправки и др., ароматизираното мляко и кисело мляко, непрекъснато увеличават своя дял в сектора. Месопреработвателната промишленост остава стабилна през последните 7-8 години. Износът нараства след 2012 г. (27 млн. Евро), което е повече от два пъти по-високо от 2012 г. През 2014 г. брутната добавена стойност е 3,5% от общата от икономиката (2% средно за ЕС-28) и продължава да расте. Износът ангажира над 111 000 служители и самоосигуряващи се лица, което формира 3,2% от общата заетост в страната.

След 2007 г. българските производители са изправени пред множество предизвикателства, свързани с правилата за безопасност на храните, липсата на конкурентоспособност на общия пазар. Конкурентоспособността и изискванията и стандартите на ЕС са причината някои малки производители да затворят бизнеса си. Други трябваше да инвестират интензивно в технологии, ноу-хау и маркетинг. Част от тези инвестиции обаче са напълно или почти изплатени. Сега тези компании могат да правят нови инвестиционни планове за увеличаване на пазарния си дял.

След 2007 г. селскостопанският сектор премина през значително реструктуриране. Производството на плодове и зеленчуци намалява, а зърното и маслодайните култури се увеличават. Към днешна дата се наблюдава увеличение при напитките и някои от месните и млечни продукти.

Хранително-вкусовата промишленост в България се е възползвала от чуждестранни инвестиции с добавена стойност в преработването на хлябни, сладкарски и млечни храни. 35% от българския доход е от храна и безалкохолни напитки. Все пак, пазарният дял се държи от малки и средни предприятия. Някои преработватели в сектора се превърнаха в компании, предлагащи широка гама от хранителни продукти. Днес значителен брой от фермерите създават свои собствени инсталации за преработка, а някои от тях продават директно на потребителите. По този начин те увеличават добавената стойност и получават повече свобода в производството и маркетинга на продажбите.

## **Вино**

Винопроизводството също има дълги традиции в България и я прави един от най-големите износители на вино в света. Страната разполага с над 220 индустриални винарни с общ капацитет

от 710 милиона литра. България изнася около 80-90% от произведеното вино и е сред 20-те най-големи износители на вино в света.

Между 2011-2015 г. страната изнася над 70 милиона литра вино за Полша, 65 милиона литра за Австралия, 30 милиона литра за Румъния, Чехия - 20 милиона литра. Вносът на вино идва от Испания, Италия, Франция, някои страни извън ЕС - Чили (1,6 милиона литра), Нова Зеландия - 800 милиона литра и Република Македония - близо 800 000 литра.



**Източник:** Храна и земеделие в България – доклад– Българска агенция за инвестиции

Почти цялата територия на България е подходяща за производство на вино. Област Благоевград е най-топлият и специфичен лозаро-винарски район. Широката мелнишка лоза е емблематична за региона от древни времена, включително Каберне Совиньон, Каберне. По-големите винарски изби се намират в Мелник, Петрич, Сандански, Благоевград, Дамяница и Хърсово.

Една от най-големите винарски изби в региона е винарната Логодаж, която се намира в село Логодаж, Благоевград. Винарната има капацитет за производство на вино от над 3 милиона литра, което я нарежда сред най-големите винарни в България.

### **Силни и слаби страни на хранително-вкусовия сектор и селското стопанство**

Силни страни:

- Стратегическо местоположение, граница с Гърция и София
- Благоприятен климат и температури за селското стопанство
- Утвърдени традиции в селското стопанство и туризма
- Евтина производствена база, която кара повече западноевропейски компании да се разширяват на българския пазар поради ниските данъци
- Чуждестранните инвестиции от мултинационални компании представляват голям пазарен дял на млечните продукти и сектора на храните и напитките.

Слаби страни:

- Ниска производителност на труда

- Лоша координация на институциите по отношение на териториалното управление
- Недостатъчно внедряване на съвременни технологии
- Липса на ефективна система за прилагане на различни политики за устойчиво развитие на сектора
- Липса на финансови ресурси за преодоляване на наличните слабости
- Недостатъчни услуги за подкрепа на бизнеса
- Липса на защита, подкрепа и насърчаване на българските производители на растителни и животински продукти.
- Производството на селскостопански продукти е фокусирано в микрофирмите или семейното земеделие.
- Преобладаване на малки частни ферми в полупланинска част на региона.
- Отдалеченост на голяма част от земеделската земя.
- Неефективна работна сила
- Липса на млади специалисти в хранителния сектор
- Липса на планиране - големите компании разполагат с достатъчно финансови и човешки ресурси, за да планират и правят пазарни проучвания. Броят на тези компании обаче не е голям. В същото време малки и средни предприятия изпитват затруднения в планирането и това води до свръхпроизводство или дефицит.

#### Възможности за развитие на хранително-вкусовата промишленост и селското стопанство

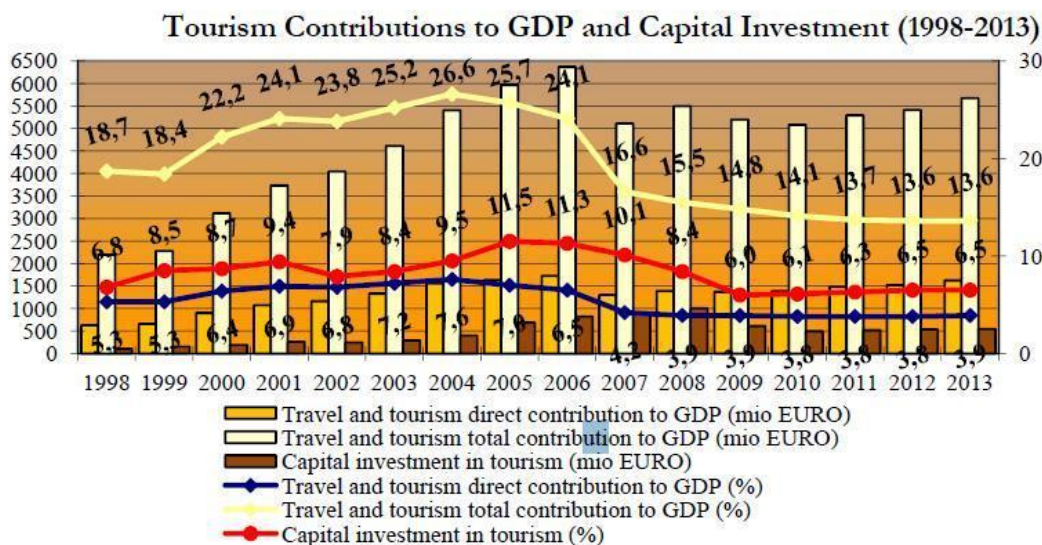
- Привличане на инвеститори в силните области на икономиката в региона
- Развитие на органично чистото земеделие
- Развитие на трансграничните икономически и транспортни връзки
- Развитие на разнообразно селско стопанство
- Въвеждане на нови технологии и иновации за развитието на икономиката, с акцент върху възможностите за износ и високата добавена стойност върху единица продукция.
- Увеличаване на добавената стойност в селскостопанския сектор чрез развитие и разширяване на производствените съоръжения
- Потенциал за използването на експертно мнение за произведените селскостопански продукти
- Създаване на селскостопански пазари

#### Заплахи

- Риск от значителна конкуренция в районите с ключово икономическо развитие.
- Депопулация на някои райони в региона и висок процент на безработица
- Липса на инвестиционен интерес от стратегически инвеститори
- Политически и административен натиск при вземане на решения

## 6 Представяне на резултатите от проведено проучване за Туристическия сектор

### 6.1 Влиянието на туристическия сектор върху развитието на икономиката в България



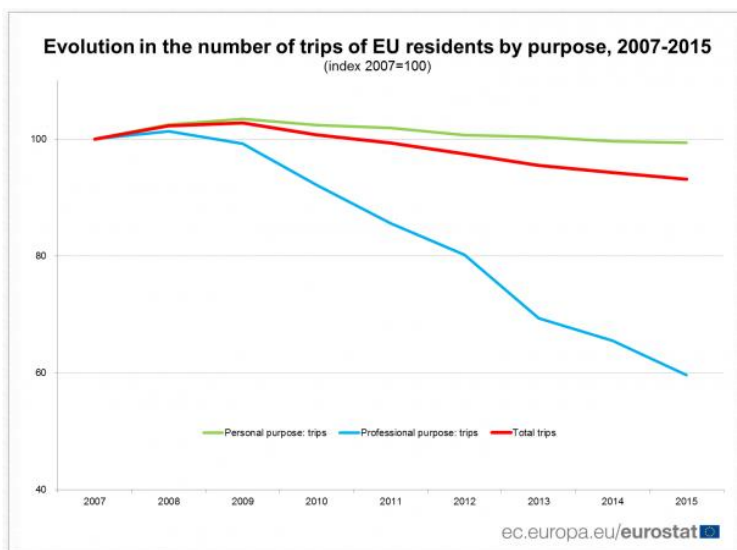
Source: *Tourism Industry and Economic Development, Desislava Stoilova*

Голяма част от световния БВП се генерира от Туристическия сектор. В частност в България, според резултати на проучване, базирано на данните на Националния статистически институт на България, общият принос на сектора на пътуванията и за националния БВП има устойчив растеж. Данните сочат, че през 1999 г. туризмът е генерирал 18,4% от БВП на страната, а през 2005 г., е достигнат връх от 26,6%. През 2005г. и 2006 г. се наблюдава лек спад, като стойностите обаче все още са 25,7% и 24,1%. Докато през 2007 г. се стига до рязък спад от 10%, когато общият принос на туризма към БВП е 16,6%. За периода 2008-2013 г. стойността е спаднала до 13,6%, от БВП. Процентът обаче е значително по-висок от средните стойности, регистрирани на европейско ниво, а също и в световен мащаб. Процентът на приходите от туризъм към световната икономика за периода 2007-2013 г. е бил около 9%, а за Европа варира от 8% до 7,6%.

*The overall contribution of tourism to GDP (%)*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>World</b>	9,6	9,4	9,3	9	9,1	9,2	9,3
<b>Europe</b>	8,1	8	8	7,7	7,6	7,7	7,6

Този спад може да се обясни като резултат от глобалната икономическа криза, която се отрази на световната икономика, по-специално върху сектора на туризма, който беше изправен пред множество предизвикателства. Според Евростат, след 2007 г., в периода до 2015 г. броят на командировките в ЕС намалява с 40%, въпреки че броят на пътуванията за лични цели (свободно време, почивка или посещение на приятели и роднини) остава по-стабилен.



Източник: Евростат

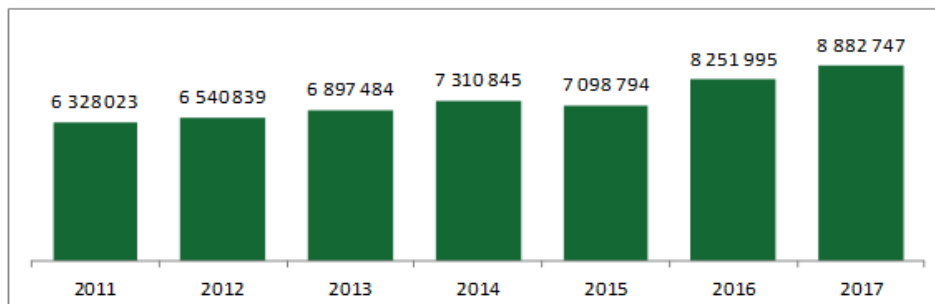
## 6.2 България - Международен туризъм, брой пристигащи. Фокус върху 2016г. и 2017г. Тенденции.

Според данни на Национален статистически институт, 7,098 милиона чуждестранни туристи са посетили България през 2015 г., спадът е 2,9% в сравнение със същия период от 2014 г.

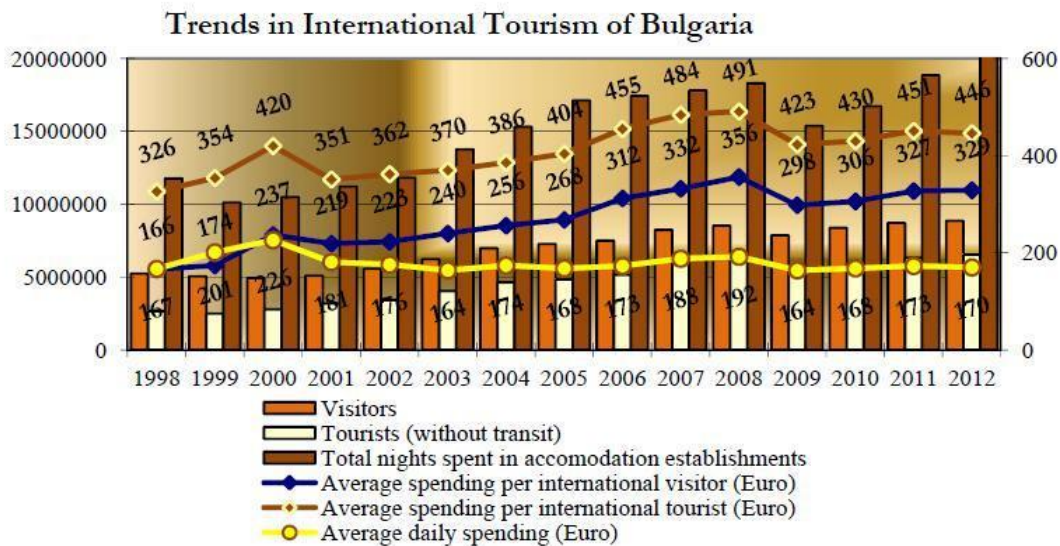
През следващата година - 2016 г., броят им е 8 251 милиона, което е значително увеличение от 16,2%, а генерираните приходи от туризъм за периода януари - ноември са 3151,9 милиона евро, което показва ръст от 15,4% сравнено със същия период на 2015г.

През 2017г., когато чуждестранните туристи са 8,882 милиона, регистрираният ръст е от 7,6%, сравнено с предходната 2016г. Чуждестранните туристи са основно от европейски държави - като техният дял е повече от 61%, 5,45 милиона. На първо място по брой са туристите от Гърция, повече от 1,157 милиона, което показва увеличение с 8,5% в сравнение с 2016 г. ; следва Румъния - повече от 1,139 милиона и растеж от 4%. Другите водещи туристически пазари са както следва - Германия, Турция, Русия, като ръстът при туристите от Турция, посещаващи България е най-значителен, а именно 12,5%, достигайки брой от 636 хиляди туристи. Сред първите десет са още Македония, Сърбия, Полша, Обединеното кралство и Украйна.





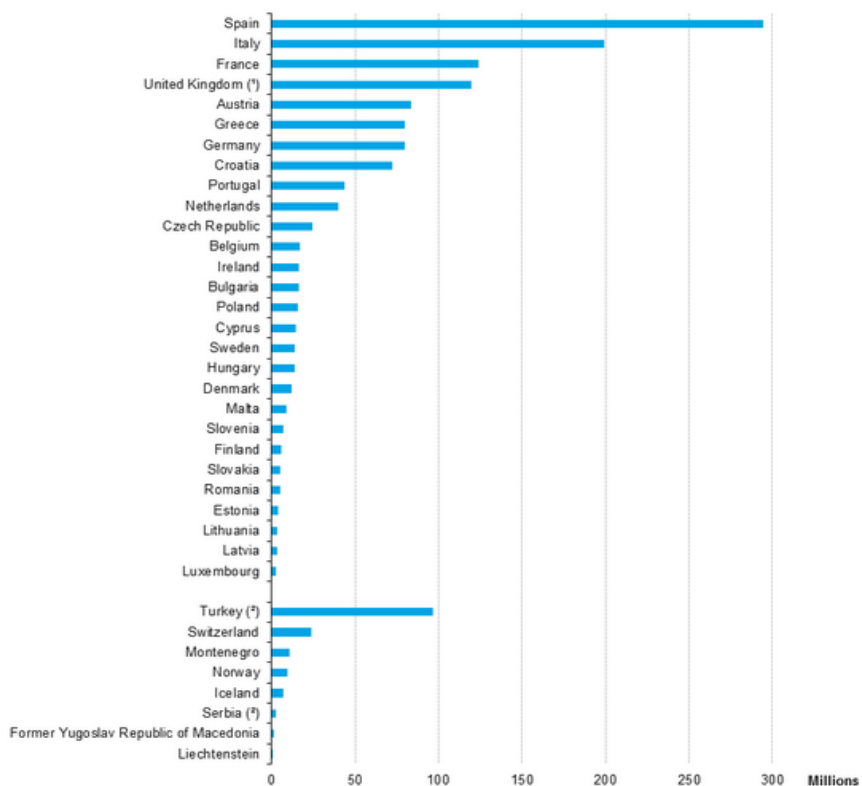
Източник: НСИ



Източник: Туризм и икономическо развитие, Десислава Стоилова

Наред с други сектори, като тежка, лека промишленост и селско стопанство, услугите имат основен принос за икономическата дейност. Самият туристически сектор е от голямо значение, бързо разрастващ се и постоянен двигател на икономическото развитие. През ноември 2016 г., Министерство на туризма съобщава, че за първи път секторът е определен като приоритет на правителството. Туристическият сектор има значителен принос за българската икономика и генерира приходи от 13% от БВП през 2016 г. Освен това осигури над 300 000 работни места.

**Туристически дестинации - реализирани нощувки и пренощували чужденци в местата за настаняване, 2016 ( реализирани нощувки в страната от чужденци)**



Източник:  
Евростат

**6.3 Описание на Туристическия сектор в България. Предимства и недостатъци.**

България има потенциал като туристическа дестинация, разположението на кръстопът между Изтока и Запада, предопределя богатата история на страната, както и голямото културно наследство и разнообразие. Местоположението прави страната достъпна за основните туристически пазари в Европа. Не само културното разнообразие, но и специфичният пейзаж е значително предимство за туризма в страната. Природните ресурси включват черноморското крайбрежие, което обхваща всички 378 км на източната граница на страната; в допълнение повече от 1/3 от територията е покрита от планини, има и над 600 минерални извора. България има девет паметника, включени в списъка на ЮНЕСКО за световно наследство, два от паметниците са природни, а седем са културни. Защитената зона на територията на страната е 5%, като има 3 национални и 11 природни парка. Освен това в България има голям брой исторически паметници, културни резервати, манастири, музеи и галерии. Има разнообразие от балнеологични курорти, лечебни кални бани, планински и морски курорти. Традициите, кухнята и местната винарска индустрия, както и автентичните фестивали, които се провеждат, правят България привлекателна дестинация.

Year	Value
1995	3,466,000
1996	2,795,000
1997	2,980,000
1998	2,667,000
1999	2,472,000
2000	2,785,000
2001	3,186,000
2002	3,433,000
2003	4,048,000
2004	4,630,000
2005	4,837,000
2006	5,158,000
2007	5,151,000
2008	5,780,000
2009	5,739,000
2010	6,047,000
2011	6,328,000
2012	6,541,000
2013	6,898,000
2014	7,311,000
2015	7,099,000

Както може да се заключи, България има разнообразие от природни и културни ресурси, които дават възможност за развиването на различни видове туризъм. Друг благоприятен фактор е климатът на страната. Ясната сезонност може да превърне България в четирисезонна дестинация, предлагаща редица туристически дейности. Според статистическите данни, за броя на пристигащите чуждестранни туристи в България, наблюдаваната тенденция е трайно увеличаване. През 2001 г. броят на пристигащите е достигнал 3 милиона и оттогава той непрекъснато се увеличава, което прави туризма един от секторите, заемащ значителен дял от икономиката, който създава заетост и привлича, както местни така и чуждестранни инвестиции.

Въпреки факта, че България години наред има имидж на дестинация за масов туризъм, се полагат полагат активни усилия за развитие на по-иновативни и специализирани форми на туризъм, като селски, екотуризъм, културен туризъм и др. Тези видове на туризма всъщност са включени в туристическата оферта на много региони, освен това тяхното развитие е заложено в Концепцията за туристическо райониране на България. Концепцията цели да се справи със сезонните колебания, свързани с относително ниския брой туристи, пристигащи извън летния и зимния сезон. Като възможност за такава промяна се разглежда развитието на културен туризъм, здравен туризъм (СПА, уелнес, балнеология); екотуризъм/ природен туризъм; селски туризъм; бизнес пътувания, конгресен туризъм; голф туризъм; спортен, приключенски и хоби туризъм; ловен туризъм и пр. Тези туристически дейности имат потенциал да допринесат за икономически растеж на страната.

Все още обаче, според Концепцията за туристическо райониране, тези видове туризъм са допълнителни туристически дейности, които все още играят допълваща роля и потенциалът им не е напълно използван.

Потенциалното разширяване на туристическите дейности може да повлияе не само върху самия сектор, но и върху растежа на свързаните индустриален и сектор на услугите, върху заетостта и като цяло може да допринесе за регионалната икономика, поради мултиплициращия ефект на туризма. Всъщност в общините туризмът се възприема като инструмент за подкрепа на регионалното и местно развитие. Този сектор е от решаващо значение именно за малките, периферни райони, където възможностите за развитие и индустриален растеж са ограничени. Работните места и приходите, които туризмът генерира, са особено важни за регионите с по-малко силна икономика.

#### 6.4 Концепция за туристическо райониране на България

Концепцията за туристическо зонироване предлага България да бъде концептуално разделена на 9 туристически зони. Тази концепция има за цел развитието на конкурентоспособния туризъм чрез формиране на регионални туристически продукти въз основа на териториалните особености. По този начин всеки регион ще бъде популяризиран както в международен, така и в национален

мащаб и ще бъде разпознаваем за потенциални туристи, търсещи конкретен вид туризъм. Независима маркетингова стратегия и реклама ще се провеждат в рамките на основната такава, промотираща България като туристическа дестинация. В момента зониранието е само формално, тъй като няма дейности по реклама. Ползата от създаването на туристически зони е консолидирането на ресурсите, както и наличието на съгласувани действия за развитието на комплексен, разнообразен и конкурентен туристически продукт - чрез регионално взаимодействие, което е предпоставка за предлагане на атрактивен, добър продукт с високо качество. Също така съществуващата пропаст в управлението на туристическите дестинации и тяхната реклама на местно ниво (община) и национално (Министерство на туризма) ще бъде запълнена. Потенциалните туристически пазари, особено отдалечените, ще бъдат достигнати, когато бъдат рекламирани достатъчно големи туристически райони, които да бъдат разпознаваеми на картата и да предлагат специфичен вид туристическа дейност.

Предложената в Концепцията схема за зониранието на туризма обхваща цялата територия на страната, а общините са най-малката териториална единица на туристическите райони. Има 9 туристически района, които са достатъчно големи, за да бъдат ясно разпознаваеми на туристическата карта и достатъчно малки, за да бъдат ефективно управлявани. Центровете на тези райони са избрани по такъв начин, че да имат централно географско положение и добра транспортна достъпност. Тъй като те са предимно областни центрове, има възможност и за административно взаимодействие. Освен това настоящото туристическото развитие е на добро ниво, така че центърът да заеме водеща роля в управлението на целия район.

Съгласно постановление на министъра на туризма са определени следните туристически райони, със съответни центрове:

1. Район Дунав - Русе
2. Район Стара планина - Велико Търново
3. Район София - София
4. Район Тракия - Пловдив
5. Район Розова долина - Казанлък
6. Район Рила-Пирин - Благоевград
7. Район Родопи - Смолян
8. Район Варна (Северно черноморие) - Варна

## 9. Район Бургас (Южно черноморие) - Бургас

Концепцията предлага основна и разширена специализация на туристически продукти, които да бъдат предлагани от всеки регион. Основната специализация е комбинация от два вида туризъм, обусловени от спецификата и уникалността на конкретния регион. Разширената специализация включва освен основния вид туризъм и до четири допълващи вида туристически дейности.

### **Район Рила-Пирин**

Районът на Рила-Пирин включва 23 общини - Банско, Белица, Белово, Благоевград, Бобошево, ГоцеДелчев, Гърмен, Долна Баня, Дупница, Костенец, Кочериново, Кресна, Петрич, Разлог, Рила, Самоков, Сандански, Сапарева Баня, Сатовча, Симитли, Струмьяни, Хаджидимово, Якоруда. Град Благоевград (административен център на област Благоевград) е център на туристическия район. Предложението за основна специализация за района е планински и религиозен туризъм. Разширената специализация е планински туризъм (всички видове - ски, пешеходен, развлекателен туризъм); религиозен и поклоннически туризъм, приключенски и екотуризм; балнеотуризм, СПА и уелнес туризъм, културен и археологически туризъм, фестивален и винен туризъм. Такова предложение е в съответствие с актуализираните цели на Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014-2030 г., а именно - с подцел за развитие и позициониране на Рила-Пиринска област като дестинация с индивидуална, собствена марка за ски туризъм, селски туризъм, екотуризм, културен, религиозен и здравен туризъм, базирани на планински, културни и развлекателни природни ресурси.

### **Основни показатели на туристическото развитие - Район Рила-Пирин**

Районът Рила-Пирин е на трето място по брой места за настаняване, след двата региона на морския туризъм - Варненско- черноморския регион (31%) и Бургаско- черноморския регион (37%). Район Рила-Пирин с 9% от броя на местата за настаняване е поставен пред област София, която заема 5% от броя на леглата. По отношение на прекараната нощ - 7% от общата сума, област Рила-Пирин споделя третото място със област София, след Варненско-черноморския регион и Бургаско-черноморския регион. Въз основа на приходите от нощувки област София (11%) изпреварва район Рила-Пирин (7%), като и двата следват регионите за морски туризъм. Конкурентоспособността на района Рила-Пирин не може да се обясни с ключови показатели, като например включени в територия му брой общини, тъй като те са равни на тези в област София и са средни в сравнение с останалите региони. Затова може да се направи извод, че район Рила-Пирин предлага атрактивен туристически продукт, известен с богати и разнообразни природни ресурси, събрани в приблизително малък район с добро местоположение.

Благоевградска област обхваща територия от страната, която има специфични природни характеристики. Най- високите планини в страната се намират в този регион, което предоставя условия за ски и планински туризъм. Понастоящем зимният туризъм е развит на задоволително

ниво, особено в община Банско. Има много добре дефинирани вътрешни планински долини и такива, разположени в планинската верига, особено по поречието на река Струма, където климатът е достатъчно топъл. Също така запазените култура, традиции и етнография са белязани с туристическа привлекателност. Географски регионът е достъпен. Местонахождението му е между Гърция и Република Македония. Местоположението е благоприятно, а туристическата оферта има потенциал да привлече много туристи от тези съседни страни.

Както беше споменато по-горе, Гърция е един от най-важните туристически пазари за България. Броят на гръцките туристи посещаващи България е най-висок или на второ място след Румъния за последните 7 години. Според НСИ, гръцкият пазар е един от водещите, особено що се касае за туристите идващи през зимния сезон.

## 6.5 Благоевградска област - Стратегия за регионално развитие на област Благоевград 2014-2020

Стратегията за регионално развитие на област Благоевград, обхващаща периода 2014-2020 г., предлага възможността да работим за развитието на Благоевградска област като модерен, европейски, социално отговорен, екологичен и привлекателен регион за социален и икономически живот.

Индивидуалната стратегическа цел, заложена в документа, е развитието на туризма като основен стратегически сектор за региона, като се използват настоящите природни, исторически, културни и други ресурси.

Според стратегията развитието на туристическия сектор е от особено значение за икономиката в региона. Не случайно в стратегическите документи на всяка община именно този сектор е заложен като основен приоритет, тъй като туризмът допринася изключително много за икономиката на Благоевградския регион. Значителният дял на туризма в икономиката се дължи на качествата на природната среда, историческите и културните забележителности на региона, традициите в сектора, инфраструктурата и отличените туристически дестинации с международна популярност в областта на туризма.

Мерките в рамките на Стратегическа цел 3, която повишава конкурентоспособността на регионалната икономика, е развитието на туризма като стратегически сектор за района, като се използват наличните природни, културни, исторически и други ресурси. Приоритетът е засилване на конкурентоспособността на икономиката чрез осигуряване на благоприятна бизнес среда, насърчаване на инвестиции, внедряване на иновативни решения и повишаване на ефективността на ресурсите.

## **Силни и слаби страни на Туристическия сектор**

### **Силни страни:**

- стратегическо местоположение, външна граница на България и ЕС, граница с Гърция
- Благоприятен климат и температури
- Утвърдени традиции в туризма
- Богато разнообразие от природни, културни, исторически, етнографски и други особености;
- Сравнително запазена околна среда и липса на значителни замърсители;
- Подходящ, благоприятен и разнообразен климат и температури;
- Богато и международно признато културно историческо наследство с уникални характеристики не само за страната, но и в рамките на Европейския съюз;

### **Слаби страни:**

- Не е развита инфраструктура и достъпност за туристи със специални нужди;
- Изключително ниска гъстота на пътната мрежа;
- Неразвита градска пътна мрежа;
- Ниска степен на обновяване на основни културни и исторически обекти;
- Липса на качествена диверсификация на туристическия продукт за района;
- Липса на ефективна система за прилагане на политиката;
- Нисък дял на преките чуждестранни инвестиции в региона;
- Недостиг на мениджърски персонал, с умения за работа със съвременни управленски технологии и технически познания;
- Недостатъчни услуги за бизнес поддръжка;
- Липса на финансови ресурси за преодоляване на наличните слабости.

## **Възможности и заплахи за развитието на Туристическия сектор:**

### **Възможности за развитие на туризма:**

- Развитие на трансгранични икономически и транспортни мрежи;
- Разработване на комплексен туристически продукт, основан на природното, културното, историческото и етнографското разнообразие в областта на еко-, балнео- и рекреационния туризъм, също културен, хоби, селски туризъм и др.
- Привличане на стратегически инвестиции в традиционно силен туризъм, който има значителна дял от икономиката в региона;
- Подобряване на работата между администрация и бизнес за постигане на по-ефективни резултати при такова сътрудничество;
- Подкрепа за създаване на малки и средни предприятия;
- Ефективно усвояване на средствата от ЕС.

**Заплахи:**

- Силна конкуренция в този ключов икономически сектор;
- Липса на инвестиционен интерес от стратегически инвеститори;
- Увеличаване на миграцията на работещото население;
- Риск от прекомерна урбанизация, прекалено застрояване на ключови туристически обекти и прилежащите им територии;
- Риск от екологични щети;
- Загуба на позиции в традиционните индустрии поради липса на целенасочена и финансово обезпечена политика;
- Неефективно използване на средства от европейски фондове и програми и развитие на селските райони.

**Визия за развитие на туризма в област Благоевград**

Потенциалът за разнообразно предлагане в туристическия сектор на района е изключително голям. Ски (като Банско и Самоков) и СПА туризмът (като Сандански) са водещи в туристическото предлагане на региона. В същото време значителен потенциал за развитие на алтернативни форми на туризъм остава неизползван. Уникалните термоминерални ресурси на региона, спортният и селски туризъм и други са недостатъчно използвани.

Друга значима ниша се формира през последните години от поклонническия туризъм, чиято популярност се увеличава и предоставя ново възможности за сектора.

Независимо от установените традиции и мястото на сектора в икономиката на региона, има и редица слабости, които трябва да бъдат преодоляни в следващия период на планиране.

Това са силната сезонност на утвърдените туристически дестинации, необходимостта от подобряване на техническата инфраструктура за предоставяне на туристически услуги като цяло и много други. Именно поради тази причина туризмът и неговото развитие се разглеждат като независим приоритет.



## Заклучение

Секторите на хранително-вкусовата промишленост и туризма играят важна роля за област Благоевград. Самият туристически сектор е от голямо значение, бързо развиващ се и постоянен двигател на икономическото развитие. Ето защо във всяка стратегия за развитие на общините в региона туризмът е основен приоритет.

Туристическият сектор е добре развит и предлага атрактивен туристически продукт, определен от богати и разнообразни природни ресурси, събрани в приблизително малък район с добро местоположение. Регионът се опитва да развие сектора като основен стратегически сектор, като използва настоящите природни, исторически, културни и други ресурси. Поради местоположението си в трансграничния регион, той има потенциал да привлече много туристи от съседните страни. Всъщност, Гърция е един от най-важните туристически пазари за България, тъй като през последните 7 години броят на гръцките туристи, посещаващи България, се нарежда на второ място след Румъния.

Хранително-вкусовата промишленост и селското стопанство (включително производство и преработка на месо, преработка и консервиране на плодове и зеленчуци, производство на растителни и животински мазнини, производство на мляко и млечни продукти, млечни продукти, готови фуражи, хляб, хлебни и сладкарски изделия, готови продукти направени храни, тестени изделия, безалкохолни напитки и алкохол) също са силно развити - 2,7% от БВП на страната. Селскостопанският сектор е основен източник на доходи за населението в селските райони и за повечето общини в региона, а скоростното му намаляване води до засилена миграция на работещото население и големи трудности за задържане на младите хора в селата.

След 2007 г. българските производители са изправени пред множество предизвикателства, свързани с правилата за безопасност на храните, липсата на конкурентоспособност на общия пазар. През 2013-2014 инвестициите в сектора на храните и напитките се увеличи с 10%, както и броят на земеделските производители. През последните години се наблюдава растеж и при храните и напитките, както и при месото и млечните отрасли. Все пак пазарният дял се държи от малки и средни местни оператори. Поради това регионът осигурява добри условия за развитие на малки и средни предприятия в сферата на хранително-вкусовата промишленост и земеделието.

Както туризмът, така и селскостопанският и хранително-вкусовия сектор са изправени пред едни и същи предизвикателства, като липса на инвестиции в региона, липса на млад и мениджърски персонал, недостатъчни услуги за подкрепа на бизнеса, липса на финансови ресурси за преодоляване на наличните слабости, технологична пропаст, неразвита инфраструктура.

Наред с това и двата сектора имат добри възможности за растеж чрез развитие на трансгранични икономически и транспортни мрежи; привличане на инвеститори; разработване на разнообразни селскостопански и туристически продукти; засилване на координацията между администрацията и бизнеса за постигане на по-значими резултати в сътрудничество.

Данните от анкетите, проведени с двата сектора, включващи представители на бизнеса и местните и власти, ситуацията в област Благоевград е благоприятна за растеж и развитие. Предприятията разширяват своя капацитет и активи. Данните показват, че 100-те предприятия, които взеха участие в проучването са създали над 500 нови работни места през последните 5 години. Повече от 90% от продукцията е предназначена за национален пазар, което дава възможност на предприятията да разширят бизнеса си и в трансграничния регион и да запълнят празнината на пазара.

Въпреки че повечето анкетирани никога не са работили със социални предприятия, значителен дял е готов да прави бизнес със социално въздействие. Фактът, че предприятията са разположени в трансграничния регион, беше посочен като един от най-важните фактори за потенциал за растеж.

## Използвана литература

1. Journal of Central European Agriculture - Bulgarian agriculture in the conditions of the EU Common Agricultural Policy, Year: 2016, Volume: 17, Issue: 1
2. REGIONAL STRATEGY for regional development of Blagoevgrad region 2014-2020
3. 2016, [Food processing in Bulgaria](#)
4. FOOD AND AGRICULTURE IN BULGARIA  
[https://www.investbg.government.bg/files/useruploads/files/statichni\\_stranici/broshuri\\_sector\\_s/food\\_agri\\_eng.pdf](https://www.investbg.government.bg/files/useruploads/files/statichni_stranici/broshuri_sector_s/food_agri_eng.pdf)
5. Agro Statistics - Agricultural Census 2010 Blagoevgrad District , bulletin No 201 – November 2012
6. Annual report on the situation and development of agriculture (Agrarian report 2017)  
<http://www.mzh.government.bg/MZH/Libraries/Actual2/2016.sflb.ashx>
7. <http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/StatBook2016.pdf>
8. National Statistic Institute  
<http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/StatBook2016.pdf>
9. European Union Website, Eurostat, Statistics explained, Statistical data for Tourism sector  
[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics/bg](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/bg)
10. Concept for Regional Zoning in Bulgaria  
<http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/konceptia.pdf>
11. <http://www.nsi.bg/bg/content/1969/%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-%D1%87%D1%83%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8-%D0%B2-%D0%B1%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%8F-%D0%BF%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%81%D0%B5%D1%86%D0%B8-%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8>
12. Travel and Tourism, Bulgaria - International tourism, number of arrivals  
<https://www.indexmundi.com/facts/bulgaria/indicator/ST.INT.RVL>
13. Travel and Tourism, economic impact, 2017 <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/bulgaria2017.pdf>
14. National Strategy for Sustainable Development of Tourism in Bulgaria 2014 - 2030  
[http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb\\_2014-2030.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf)
15. Investing in Bulgarian Tourism, Teaser Paper, MitkoTeofilov, 2017  
[http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/investing\\_bgtourism\\_final.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/investing_bgtourism_final.pdf)
16. Investing in Bulgarian tourism  
[http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/investing\\_bgtourism\\_final.pdf](http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/investing_bgtourism_final.pdf)

17. The Tourism Regions in Bulgaria - Concepts and Challenges, Mariya Stankova, South-West University 'NeofitRilski', Bulgaria  
[https://www.researchgate.net/publication/256020719\\_The\\_Tourism\\_Regions\\_in\\_Bulgaria\\_-\\_Concepts\\_and\\_Challenges](https://www.researchgate.net/publication/256020719_The_Tourism_Regions_in_Bulgaria_-_Concepts_and_Challenges)
18. Tourism Industry and Economic Development in Bulgaria, Associate Professor DesislavaStoilova, PhD Faculty of Economics, South-West University 'NeofitRilski', Bulgaria  
[http://www.academia.edu/12612416/Tourism\\_Industry\\_and\\_Economic\\_Development\\_of\\_Bulgaria](http://www.academia.edu/12612416/Tourism_Industry_and_Economic_Development_of_Bulgaria)

[aria](#)

## Приложение

- **Проучване – Предприятия работещи в сферата на туризма, хранително-вкусовата промишленост и земеделието в регион Благоевград**
1. Вашето предприятие развива дейност в сферата на:
    - a) селскостопанския сектор
    - b) хранително-вкусова промишленост
    - c) туризъм
    - d) друго - Моля уточнете
  2. Обхват на развиваната дейност:
    - a) в рамките на общината
    - b) в рамките на областта
    - c) в рамките на страната
    - d) международен обхват
  3. Вашето предприятие е с численост на персонала:
    - a) до 9 заети
    - b) от 10 до 49 заети
    - c) от 50 до 249 заети
    - d) над 250 заети
  4. Вашето предприятие развива дейност в:
    - a) България
    - b) Чужбина
    - c) Смесена
  5. Вашето предприятие е с численост на персонала:
    - a) до 9 заети;
    - b) от 10 до 49 заети;
    - c) от 50 до 249 заети;
    - d) над 250 заети;
  6. През последните 5 години разкрили ли сте нови работни места в своето предприятие?:
    - a) Да;
    - b) Не;
  7. Ако да – колко?:
  8. Приходите от продажби и печалбата на Вашето предприятие за последните 5 години:
    - a) се увеличават;
    - b) намаляват;
    - c) променливи са през различните години;
    - d) константни са;

9. Каква част от продукцията / услугите, които предлагате, е предназначена за износ/ външен пазар?
  - a) под 10%;
  - b) между 10 и 20%;
  - c) между 20 и 50%;
  - d) над 50%;
10. Имате ли нужда от модернизация и подмяна на основните ви активи?
  - a) Да, от основна подмяна на повечето активи;
  - b) Да, частично;
  - c) Не;
11. През последните 5 години Вашето предприятие извършвало ли е:
  - a) модернизация на съществуващата инфраструктура;
  - b) изграждане на нови сгради и офиси;
  - c) закупуване на нови активи, включително производствени мощности, транспортни;
  - d) средства, офиси;
  - e) внедряване на нови технологии;
  - f) внедряване на иновации (например патенти, лицензи, сертификати и др);
  - g) обучение на персонала;
12. През последните 5 години предприятието получавало ли е:
  - a) кредит от банка или друга финансираща институция;
  - b) средства от програми на ЕС или други донорски програми;
  - c) друго– моля пояснете;
13. Участвате/ членувате ли в:
  - a) Съсловни организации, бизнес асоциации (местно, регионално, национално, транс-гранично ниво);
  - b) Публично-частни партньорства;
  - c) Международни бизнес мрежи/ организации;
14. В случай, че предприятието извършва дейност в сферата на производството, как се снабдявате със суровина?
  - a) Местни източници;
  - b) Регионални/ национални източници;
  - c) Внос;
  - d) Не е приложимо;
15. В случай, че предприятието извършва дейност в сферата на туризма, вашите клиенти са предимно:
  - a) От региона;
  - b) От страната;
  - c) Чуждестранни;
16. Влияе ли на Вашето предприятие факта, че развива дейност в транс- граничния регион България – Гърция?

- a) Да, предприятието извършва услуги/ внос/ износ в транс-граничния регион;
  - b) Да, предприятието има потенциал да развива услуги/ търговия/ внос/ износ в транс-
  - c) граничния регион;
  - d) Не, няма влияние;
17. Работило ли е Вашето предприятие досега със социални предприятия?
- a) Да, работим със социални предприятия;
  - b) Да, използвали сме услугите на социални предприятия;
  - c) Не, нямаме опит;
18. Имате ли интерес да работите със социални предприятия в някоя от следните сфери?
- a) Туризъм и развлекателни дейности;
  - b) Транспорт;
  - c) Производство и преработвателна промишленост;
  - d) Осигуряване на работни места на лица в неравностойно положение
  - e) Други: уточнете.....;
19. Има ли влияние социалното предприемачество според Вас??
- a) Да, социалното предприятието има позитивен ефект върху местната общност;
  - b) Да, социалното предприятието има позитивен ефект върху бизнес средата;
  - c) Да, социалното предприятието има потенциал да подобри възможностите и условията
  - d) за развитие на малкия бизнес;
  - e) Не, няма влияние;
20. Запознати ли сте със социални предприятия извършващи дейност в региона?
- a) Да, запознат съм;
  - b) Не, но имам намерение да потърся такива;
  - c) Не, нямам интерес;
21. Имате ли интерес да развивате дейност в сферата на социалното предприемачество ?
- a) Да;
  - b) Не.
- **Проучване – институции, насърчаващи социалното предприемачество в съответните сектори**
1. Институцията, която представлявате, изпълнява функции в :
    - a) Турситически сектор
    - b) Хранително-вкусов сектор
    - c) Селскостопански сектор
    - d) Друго
  2. Моля, посочете пълното наименование на институцията, която представлявате:
  3. Институцията, която представлявате, извършва дейността си на:
    - a) Национално ниво

- b) Областно ниво
- c) Общинско ниво

4. Вашата институция работи ли с база данни, води ли статистика относно предприятията, развиващи дейност в конкретния сектор?

- a) Да
- b) Не

5. Ако институцията води статистика, която е публична, бихте ли посочили къде може да бъде намерена (линк, др.)?

6. На база на информацията, с която разполагате относно предприятията, развиващи дейност в сектора в Югозападна България, тенденцията, която наблюдавате е:

- a) През последните 5 години се наблюдава развитие в сектора.
- b) През последните 5 години дейността в сектора е сравнително константна.
- c) През последните 5 години се наблюдава спад в сектора.

6. На база на информацията, с която разполагате относно предприятията, развиващи дейност в сектора в Югозападна България, какъв процент от техните услуги/продукция са предназначени за външен пазар/износ?

7. Според информацията, която Вашата институция има, и тенденциите, които наблюдавате, влияе ли на предприятията фактът, че развиват дейност в трансграничния регион България-Гърция?

- a. да, голям процент от предприятията извършват услуги/внос/ износ в транс-граничния регион;
- b. да, предприятията имат потенциал и добра възможност да развиват услуги/ търговия/ внос/износ в трансграничния регион;
- c. не, няма влияние.
- d. Нямаме подобна информация.