ПРИЛОЖЕНИЕ №1

ОБЩИНА НЕСЕБЪР

ПРОГРАМА
ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА НЕСЕБЪР
2026 – 2035

НЕСЕБЪР

2025

Програмата е изготвена в изпълнение на задълженията на Кмета на община Несебър да разработи програма за развитие на туризма на територията на общината в съответствие с приоритетите на областната стратегия, маркетинговата стратегия на туристическия район и съобразно местните туристически ресурси и потребности. (Чл. 12. т.1 във връзка с чл. 11. ал. 1 и ал. 2 от ЗТ).

Изготвянето на програмата е възложено с договор № 373 от 03.07.2025 г. между община Несебър и сдружение АРКТ

Разработването на Програмата за устойчиво развитие на туризма в община Несебър за периода 2026-2035 г. е осъществено от екип в състав:

Ръководител на екипа:

Проф. д-р Стоян Маринов

Ключови експерти по проекта: доц. д-р Соня Алексиева, гл.ас. д-р Галина Илиева, докт. Ивелина Илиева, инж. Георги Филипов.

Работна група в състав (по азбучен ред): проф. д-р Братой Копринаров, доц. д-р Веселина Атанасова и доц. д-р Елена Илиева-Бургаски държавен университет „Проф. д-р Асен Златаров“- Бургас, Юлиан Бонев

Програмата е приета с Решение №……. на Общински Съвет - Несебър

Снимка на корицата: Росен Донев, архив на Община Несебър, www.freepik.com

Снимки в текста: pixabay.com, bulgariatravel.org, други, посочени в текста

Община Несебър, 2025



УВАЖАЕМИ СЪГРАЖДАНИ НА НЕСЕБЪР,
СКЪПИ ПАРТНЬОРИ И ПРИЯТЕЛИ НА НАШАТА ОБЩИНА,

В динамичната и ключова за страната 2025 година, община Несебър поставя нов стратегически ориентир с приемането на третата дългосрочна програма за устойчиво развитие на туризма (2026–2035 г.). Документът очертава действия за развитие на туризма чрез задълбочен анализ, планиране, организация и ефективен контрол. Несебър продължава да бъде разпознаваема и предпочитана дестинация благодарение на уникалната си история, културно наследство и екологична отговорност.

Нашето бъдеще е свързано не само с летния сезон, но и с развитието на разнообразни и атрактивни форми на туризъм, които превръщат общината в целогодишна дестинация. Програмата акцентира върху развитието на туристическата агломерация Обзор – Свети Влас – Слънчев бряг – Несебър – Равда, посрещаща над 1,8 милиона посетители годишно. С близо 26% от туристическите легла в страната, Несебър остава водеща сила в туристическия сектор на България.

Историята ни, простираща се над три хилядолетия назад във времето, съчетава наследството на траки, гърци, римляни, византийци, българи и османци. През 1983 г. Несебър бе признат от ЮНЕСКО за световен културен и природен обект, като единствения български град в този списък. Нашата устойчивост се крепи върху инициативността на местното население, труда на предприемчивите граждани и последователната работа на общинската администрация.

Развитието на Несебър се подкрепя от устойчива образователна, здравна, социална и екологична политика, както и от инвестиции в инфраструктура, дигитализация и иновации.

Реализирането на програмата е възможно само чрез обединените усилия на местната власт и активността на хората от 14-те населени места в общината.

Всяка година реализираме десетки проекти в сферата на инфраструктурата, градоустройството, транспорта и екологията. Променящите се туристически изисквания засилват значението на опазването на ресурсите и биологичното разнообразие. Общината се утвърждава като бързо развиващ се туристически център с фокус върху културното и природното наследство, модерното управление и развитието на човешкия потенциал.

Съществена роля играе сътрудничеството с туристически сдружения, културни институции, професионални организации и бизнеса, което допринася за повишаване на качеството на услугите в дестинацията. Единството между администрация, предприемачи и местна общност е в основата на устойчивия растеж.

Новата програма залага на инвестиции, публично-частно партньорство, европейско финансиране и ефективно използване на ресурсите. Общината се ангажира с превенция на кризи, социална защита и ангажираност към над 31 000 души население, като стимулира активна гражданска позиция и прозрачност.

В допълнение към утвърдения морски туризъм, Несебър развива нови продукти: културен, събитиен, приключенски, екологичен, конгресен, подводен, сватбен, винен, кулинарен и религиозен туризъм. Културният туризъм има огромен потенциал и ще бъде централен акцент през новия програмен период.

Годишният ни културен календар, събитията в галериите, музеите и читалищата утвърждават Несебър като водещ културен център на Черноморието. През 2023 г. бе приет Годишният доклад за културното наследство и разработен проект на план за стратегическата визия за „Старинен Несебър“ до 2044 г. През юли 2025 г. музеят „Старинен Несебър“ участва в 47-та сесия на ЮНЕСКО в Париж с международна изложба, като част от програмата, председателствана от България. Несебър продължава да бъде уникален символ на световното културно наследство, като единствен български представител сред 1248 обекта в 170 държави.

В заключение, да си пожелаем здраве, сили и воля за успешна реализация на новата програма. През 2024 г. над 30 000 души дневно са посетили Стария Несебър – ясен знак, че вървим в правилната посока. Както казва древният баснописец Езоп, родом от Месемврия:

„Не винаги ще бъде лято.“

Нека заедно превърнем и останалите годишни сезони в празник на културата, традициите и гостоприемството.

Николай Димитров,
Кмет на Община Несебър

СЪДЪРЖАНИЕ

СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ 10

СПИСЪК НА ФИГУРИТЕ 12

ВЪВЕДЕНИЕ 14

Част първа ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА НА ВЪТРЕШНАТА И ВЪНШНАТА СРЕДА НА ОБЩИНА НЕСЕБЪР КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ 21

1. Вътрешната среда на Община Несебър като туристическа дестинация 21

1.1. Обща характеристика на Община Несебър 21

1.2. Оценка на състоянието на туристическите ресурси 24

1.2.1 Природни туристически ресурси 24

1.2.2 Антропогенни туристически ресурси 28

1.3. Оценка на инфраструктурата 39

1.3.1 Техническа инфраструктура 39

1.3.2 Туристическа инфраструктура 52

1.4. Развитие на суперструктурата на община Несебър 54

1.5. Туристическа индустрия на територията на община Несебър 79

1.6. Партньорство на заинтересованите страни за развитие на туризма 87

2. Макросреда на Община Несебър като туристическа дестинация 89

2.1. Политически и правни условия - нормативни актове и стратегически документи 89

2.2. Икономически условия 92

2.3. Технологични условия 95

2.4. Социално-културни условия 97

2.5. Екологични условия 99

3. Оценка на пазарното позициониране на Община Несебър като туристическа дестинация 104

3.1. Туристическо търсене на община Несебър като туристическа дестинация 104

3.2. Маркетингов микс на община Несебър като туристическа дестинация 113

3.2.1 Продуктова палитра на община Несебър за периода 2017–2024 г. 113

3.2.2 Цена за потребители на дестинация Несебър 117

3.2.3 Дистрибуция на туристическите продукти на община Несебър 127
3.2.4 Комуникация на община Несебър като туристическа дестинацията 133
3.2.5 Пазарни сегменти на община Несебър като туристическа дестинация 143
3.2.6 Анализ на туристическия профил и потребителските оценки в община Несебър..... 151
3.3. Конкурентни предимства на община Несебър като туристическа дестинация..... 157
4. SWOT анализ на Община Несебър като туристическа дестинация 166
Част втора СТРАТЕГИЧЕСКА РАМКА ЗА РАЗВИТИЕТО НА ОБЩИНА НЕСЕБЪР КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ 173
1. Визия, мисия, стратегически цели и стратегии 173
1.1. Визия за дестинацията 173
1.2. Мисия на публичната администрация на община Несебър..... 177
1.3. Стратегически цели за развитието на община Несебър като туристическа дестинация.....179
1.3.1 Количествени цели 179
1.3.2 Качествени стратегически цели с хоризонт 2035г. 187
1.4. Стратегически подходи за постигане на целите..... 190
2. Приоритети за развитие 191
Част трета РЕАЛИЗИРАНЕ НА ПРОГРАМАТА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА НЕСЕБЪР ЗА ПЕРИОДА 2026-2035 ГОДИНА..... 194
1. План за действие за реализиране на програмата..... 194
2. Механизъм за наблюдение и оценка при реализацията на програмата 194
2.1. Наблюдение на изпълнението на програмата..... 195
2.2. Оценка на изпълнението на програмата..... 208
2.3. Актуализация на програмата..... 211

СПИСЪК НА ИЗПОЛВАНИТЕ СЪКРАЩЕНИЯ

АМ	Автомагистрала
АРКТ	Асоциация за реклама и комуникации в туризма
БВП	Брутен вътрешен продукт
БХРА	Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация
ДКЦ	Диагностично консултативен център
ЕС	Европейски съюз
ЕСТИ	Единна система за туристическа информация
ЗКН	Закон за културното наследство
ЗТ	Закон за туризма
ЗХР	Заведения за хранене и развлечения
ИКАО	Международна организация за гражданска авиация
ИКОМОС	Международен съвет за паметниците на културата и забележителните места
ИКТ (IT)	Информационни и комуникационни технологии
МПС	Моторно превозно средство
МСП	Малки и средни предприятия
НИНКН	Национален институт за недвижимо културно наследство
НПО	Неправителствена организация
НСИ	Национален статистически институт
ОБКСТ	Общински консултативен съвет по туризъм
ОЕККТО	Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти.
ООН	Организация на обединените нации
ПСОВ	Пречиствателна станция за отпадни води
ПУМ	Пътна улична мрежа
РИОСВ	Регионална инспекция по околна среда и води
СНЦ	Сдружение с нестопанска цел
СОТ	Световна туристическа организация
ТИЦ	Туристически информационен център
ЦИЕ	Централна и Източна Европа
ЦКО	Център за култура и образование
API	Application programming interface
CAGR	Compound Annual Growth Rate
CTA	*Call to action*
DMS	Document Management Systems
MBRIC	Мексико, Бразилия, Русия, Индия и Китай
OKR	Objectives and Key Results
PEST	Political, economic, socio-cultural, technological factors
POI	Point of Interest
RACI	Responsible, Accountable, Consulted, and Informed
RAM	Responsibility assignment matrix
ROAS	Return on Ad Spent
SEO	Search engine optimization

SWOT	Strengths, weaknesses, opportunities, threats
UGC	User Generated Content
VfM	Value for Money
VMAST	Visitor Management Assessment & Strategy Tool
WCAG	Web Content Accessibility Guidelines

СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ

Таблица 1. Населени места в община Несебър 21

Таблица 2. Плажове на територията на община Несебър 25

Таблица 3. Състояние на антропогенните туристически ресурси на територията на Стария Несебър 33

Таблица 4. Посещения в музейните обекти на територията на „Старинен град Несебър“ за периода 2014 – 10.2022 г. 37

Таблица 5. Брой места за настаняване в община Несебър 2010-2024 г. 55

Таблица 6. Брой легла в местата за настаняване в община Несебър за периода 2010-2024 г. 55

Таблица 7. Структура по видове и категории на местата за настаняване в община Несебър 2024 г. спрямо 2011 г. (брой обекти) 65

Таблица 8. Структура по видове и категории на местата за настаняване в община Несебър 2024 г. спрямо 2011 г. (брой стаи) 69

Таблица 9. Структура по видове и категории на ЗХР в община Несебър през 2024г. спрямо 2011г. (брой обекти) 76

Таблица 10. Структура по видове и категории на ЗХР в община Несебър 2024г. спрямо 2011г. (брой места) 76

Таблица 11. Динамика на нетни приходи от продажби на нефинансовите предприятия в община Несебър за периода 2017 - 2023 г. по икономически дейности (в хиляди) 80

Таблица 12. Динамика и структура на основните показатели за дейността на предприятията от нефинансовия сектор в община Несебър за периода 2017-2023 г. 81

Таблица 13. Дейност на местата за настаняване в община Несебър за периода 2017 – 2023 г. 84

Таблица 14. Реализирани нощувки по населени места в община Несебър през 2024 г. 107

Таблица 15. Позициониране на продуктовите линии на община Несебър спрямо жизнения цикъл за периода 2017–2024 115

Таблица 16. Стойност на „кошница“ от 10 често купувани на място стоки и услуги от туристите по курорти за 2024 г. 124

Таблица 17. VfM карта по критерия „цена ↔ качество“ за община Несебър спрямо конкурентни курорти към 2024 г. 126

Таблица 18. ТОП-10 пазара по нощувки на чужденци в община Несебър през 2024 г. (дял и среден престой) 145

Таблица 19. Промяна на нощувките по водещи пазари (2019 → 2024), абсолютна и относителна 147

Таблица 20. Данни на НСИ за община Несебър по основни туристически показатели за периода 2019-2024 като база за целеполагане 180

Таблица 21. Стратегически количествени цели за община Несебър за периода 2025-2035 по показатели и данни, отчитани от НСИ 181

Таблица 22. Общи количествени показатели за наблюдение и оценка на реализирането на Програмата 199

СПИСЪК НА ФИГУРИТЕ

Фигура 1. Структура на местата за настаняване в община Несебър по видове през 2025 (относителен дял на брой обекти в %) 58

Фигура 2. Структура на местата за настаняване в община Несебър по видове през 2025 (относителен дял на брой стаи в %) 59

Фигура 3. Структура на местата за настаняване в община Несебър по видове през 2025 (относителен дял на брой легла в %) 60

Фигура 4. Структура на местата за настаняване в община Несебър по категория през 2024 г. (относит. дял на брой обекти в %) 61

Фигура 5. Структура на местата за настаняване в община Несебър по категория през 2024 г. (относит. дял на брой стаи в %) 62

Фигура 6. Структура на местата за настаняване в община Несебър по категория през 2024 г. (относит. дял на брой легла в %) 62

Фигура 7. Структура на хотелите в община Несебър по категории през 2024 г. (относителен дял на брой обекти в %) 64

Фигура 8. Структура на хотелите в община Несебър по категории през 2024 г. (относителен дял на брой стаи в %) 64

Фигура 9. Структура на ЗХР в община Несебър по вид през 2024 г. (относителен дял на брой обекти в %) 70

Фигура 10. Структура на ЗХР в община Несебър по вид през 2024 г. (относителен дял на брой места в %) 71

Фигура 11. Структура на ЗХР в община Несебър по категория през 2024 г. (относит. дял на брой обекти в %) 72

Фигура 12. Структура на ЗХР в община Несебър по категория през 2024 г. (относит. дял на брой места в %) 73

Фигура 13. Пренощували лица по години (2007–2024), общо и по националност 105

Фигура 14. Реализирани нощувки по години (2007–2024), общо и по националност 105

Фигура 15. Относителен дял на реализираните нощувки по населеи места в община Несебър през 2024 г. (%) 108

Фигура 16. Среден престой (нощувки на 1 лице) – общо, чужденци и българи (2017–2024) 109

Фигура 17. Сезонен профил на реализираните нощувки в община Несебър: 2013, 2019 и 2024 г. . 110

Фигура 18. Приходи от нощувки (хил. лв.) – общо и по националност (2017–2024) 111

Фигура 19. Приход от 1 нощувка (лв.) – общо и по националност (2017–2024) 111

Фигура 20. Приход от един пренощувал турист (лв.) – общо и по националност (2017–2024) 112

Фигура 21. Динамика на броя на реализираните нощувки от българи и чужденци в община Несебър за периода 2005-2024 г. 143

Фигура 22. Структура на нощувките по национални пазарни сегменти през 2024г. с включен вътрешен български пазар 145

Фигура 23. Структура на нощувките на чужденци по национални пазарни сегменти през 2024г. (ТОП – 6 + „Други“) 146

Фигура 24. Динамика на броя на реализираните нощувки за 6-те най-големи емитивни пазара за община Несебър за периода 2005-2024 г. 147

Фигура 25. Динамика на броя на леглата в община Варна и община Несебър 158

Фигура 26. Динамика на броя на пренощувалите лица в община Варна и община Несебър 159

Фигура 27. Динамика на броя на реализираните нощувки в община Варна и община Несебър 159

Фигура 28. Динамика на заетостта на легловата база в община Варна и община Несебър в % 160

Фигура 29. Динамика на средния престой на туристите в община Варна и община Несебър в брой нощувки на един турист 161

Фигура 30. Реализирани нощувки в местата за настаняване в община Несебър и Община Варна през 2024 г. по месеци 162

Фигура 31. Динамика на прихода от една нощувка в лева в община Варна и община Несебър 163

Фигура 32. Динамика на прихода от нощувки в лева на един турист в община Варна и община Несебър 164

Фигура 33. Реалистичен сценарий за дестинация Несебър до 2035г. по брой реализирани нощувки и брой пренощували лица по статистика на НСИ 186

Фигура 34. Реалистичен сценарий за дестинация Несебър до 2035г. по приходи от нощувки по статистика на НСИ 187

ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът е един от най-динамично развиващите се сектори на световната икономика и устойчив катализатор за социално-икономическо развитие, културен обмен и регионално сближаване.

По данни на Световния съвет за пътувания и туризъм (WTTC) през 2024 г. прекият, косвен и индуциран принос на пътуванията и туризма към световния БВП възлиза на 10,9 трилиона щатски долара. Като дял, пътуванията и туризмът представляват 10% от световната икономика и се явяват важен източник на трудова заетост. През 2024 г. секторът е поддържал общо 357 милиона работни места в световен мащаб, което е приблизително 1 на 10 работни места в глобалната икономика. Вътрешните посетители са похарчили 5,3 трилиона щатски долара, което е с 5,4% повече спрямо нивото от 2023 г. В същото време разходите на международните посетители са се увеличили с 11,6% годишно, достигайки 1,9 трилиона щатски долара.[1]

През 2024 г. секторът на пътуванията и туризма в ЕС е допринесъл с почти 1,8 трилиона евро за БВП на Съюза, което представлява повече от 10% от икономиката. Ръстът спрямо нивото от 2019 г. с почти 6%. Заетостта се е увеличила с близо 5% на годишна база до над 24,5 милиона заети в сектора, което представлява 1 на всеки 9 работни места в региона. Разходите на местните посетители достигнаха 1 трилион евро, докато разходите на международните посетители нараснаха до 515 милиарда евро.[2]

Прогнозите на WTTC с хоризонт 2035г. показват, че приносът на туризма към БВП на ЕС ще нарасне до почти 2,3 трилиона евро, а икономическият му дял ще се покачи до малко под 11% през същия период. Секторът ще продължи да поддържа високия си икономически растеж с 10-годишен годишен ръст от 1,8%, в сравнение с 1,3% за икономиката на ЕС като цяло. Туризмът ще допринася чрез данъчни приходи с над 900 милиарда евро годишно за правителствата на страните от ЕС. Очаква се разходите на международните посетители да достигнат 730 милиарда евро през

[1] WTTC. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR) // https://wttc.org/Research/Economic-Impact (29.09.2025)
[2] WTTC. Travel & Tourism to Create 4.5MN New Jobs across the EU by 2035, Says WTTC. // https://wttc.org/news/travel-and-tourism-to-create-4-5mn-new-jobs-across-the-eu-by-2035 (9.04.2025)

следващите 10 години, докато разходите на местните посетители се очаква да надхвърлят 1,2 трилиона евро.

В този контекст община Несебър представлява изключителен пример за туристическа дестинация с национално и международно значение. Със своето благоприятно географско положение, уникално природно и културно-историческо наследство и изграден туристически капацитет от над 155 000 легла, общината ежегодно приема над 1,8 милиона туристи и реализира над 9 милиона нощувки. През активния летен сезон територията ѝ ежедневно се населява от над 300 000 души – туристи, собственици на ваканционни имоти и сезонни работници. Несебър е единственият български град със статут на обект от световното културно наследство на ЮНЕСКО – признание, което утвърждава ролята му като културен и туристически център с глобално значение.

Разработената Програма за устойчиво развитие на туризма в община Несебър за периода 2026–2035 г. е стратегически документ от ново поколение, който надгражда постиженията на предходната програма (2018–2023 г.) и отговаря на съвременните предизвикателства на конкурентната туристическа среда. Тя е подготвена в съответствие със Закона за туризма (чл. 12, т.1) и обединява визията, целите, стратегиите, приоритетите и конкретните действия на местната власт и заинтересованите страни за устойчиво развитие на туризма в общината.

Програмата е изградена върху три взаимосвързани части:

Аналитична част

Извършен е цялостен анализ на вътрешната и външната среда на община Несебър като туристическа дестинация. Оценени са:

- Туристическите ресурси – природни и антропогенни;
- Техническата и туристическата инфраструктура;
- Суперструктурата – места за настаняване, заведения за хранене, туристически услуги;

- Действията и партньорствата на заинтересованите страни – общинска администрация, туристически бизнес, местно население, НПО;
- Маркетинговите позиции на дестинацията на вътрешния и международния туристически пазар;
- Икономическите и социалните въздействия на туризма върху общинската територия.

Анализът е извършен чрез методите PEST и SWOT, като се извеждат силните и слабите страни, възможностите и заплахите за дестинацията. Идентифицирани са структурните проблеми: сезонност, недостиг на квалифицирани кадри, пренаселеност на инфраструктурата в пикови месеци, фрагментиран маркетинг, недоразвити алтернативни форми на туризъм и др.

Програмна част

Съдържа формулировка на визията, мисията, стратегическите и количествено измерими цели, стратегическите подходи, както и приоритетите за устойчиво развитие на туризма в общината.

Програмата включва конкретни проектни инициативи и мерки с финансови параметри, насочени към:

- диверсификация на туристическото предлагане;
- интегрирано управление на културното наследство;
- подобряване на транспортната и ВиК инфраструктура;
- дигитална трансформация;
- развитие на човешкия капитал и професионално обучение;
- зелени и иновативни модели на туризъм.

Изпълнителско-мониторингова част

Визира конкретните проекти, срокове, средства, отговорни субекти и мониторингови действия за реализиране на програмата за развитие на туризма в община Несебър за периода 2026-2035г. и съдържа:

- План-график за реализиране на Програмата

- Механизъм за наблюдение и оценка при реализацията на Програмата

Програмата предлага действия за целогодишен туризъм, чрез развитие на културно-познавателен, конгресен, еко, винен, здравен, сватбен и поклоннически туризъм, като се търси баланс между икономическа рентабилност, социална отговорност и екологична устойчивост.

Информационна и нормативна основа на програмата

Разработването на програмната част на настоящата Програма за устойчиво развитие на туризма в община Несебър за периода 2026–2035 г. стъпва върху задълбочено проучване и съпоставка на релевантни стратегически, нормативни, оперативни и аналитични документи на международно, национално, регионално и местно ниво. Интегрирането на тези източници осигурява законова легитимност, стратегическа съгласуваност и прилагане на добри управленски практики при формулирането на целите, приоритетите и конкретните мерки на програмата.

1 Международни стратегически документи и политики

Съобразени са основополагащи международни документи, които задават глобалната рамка за устойчив туризъм:

- Глобален етичен кодекс на туризма (Global Code of Ethics for Tourism), гарантиращ баланса между туристическото развитие и социалните/етични принципи;[3]
- Постигане на целите за устойчиво развитие чрез туризъм – Набор от индикатори за проекти (TIPs) на СОТ, (Achieving the Sustainable Development Goals through Tourism – Toolkit of Indicators for Projects (TIPs)[4]
- Платформата „Туризъм за ЦУР“ на СОТ (The Tourism for SDGs (T4SDG) Platform)[5]
- Път за преход в туризма на ЕС (Transition Pathway for Tourism)[6]

[3] UN Tourism // https://www.bhra-bg.org/docs/2014/UNWTO.pdf (29.09.2025)
[4] UN Tourism (2023), Achieving the Sustainable Development Goals through Tourism – Toolkit of Indicators for Projects (TIPs), UNWTO, Madrid, https://doi.org/10.18111/9789284424344
[5] Un Tourism. The Tourism for SDGs (T4SDG) Platform // https://tourism4sdgs.org/
[6] European Commission: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Transition pathway for tourism, Publications Office of the European Union, 2022, https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425

Посочените документи са отразени при формулирането на мисията, стратегическите цели и подходите, особено в частта, посветена на културния, природосъобразния и социално отговорния туризъм.

2. Национални закони и стратегически документи

Нормативната основа гарантира правна съвместимост на всички планирани действия. В програмата са отчетени разпоредбите на следните закони:

- Закон за туризма – основен рамков документ, който определя задължението на общините да изготвят дългосрочни програми за развитие на туризма (чл. 11, чл. 12);
- Закон за местното самоуправление и местната администрация – дефинира правомощията на кмета и Общинския съвет в областта на стратегическото планиране;
- Закон за устройството на територията – осигурява инструментариума за пространствено интегриране на туристическата инфраструктура;
- Закон за концесиите, за Черноморското крайбрежие и за водите – пряко свързани с управлението на плажове, водни ресурси и туристически съоръжения;
- Закон за културното наследство и Закон за закрила и развитие на културата – основополагащи за управлението на „Старинен Несебър“ като обект на световното културно наследство;
- Допълнително: Закони за екология, отпадъци, атмосферния въздух, рибарството, почвите, общинските бюджети, здравето и др.

Действащите нормативни актове не само са спазени при разработването на програмата, но са и отправна точка за формулиране на законово допустимите политики и инструменти.

Програмата е приведена в пълно съответствие с текущите стратегически документи на национално, областно и общинско ниво:

- Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в РБ (2014–2030) – основен национален документ, върху който е изградено стратегическото ядро на програмата;
- Интегрирана териториална стратегия за развитие на Югоизточен район 2021–2027

- План за интегрирано развитие на община Несебър 2021 – 2027 г.
- Стратегията за културното наследство на Община Несебър за периода 2023-2032, разработена от Център за културно наследство и архитектура[7]
- Проект на Анекс към споделената визия за старинен град Несебър 2025-2044[8]

В програмната част са заложени действия, синхронизирани с актуалните оперативни програми за програмния период 2021–2027) [9]:

- ОП „Образование“
- ОП „Развитие на човешките ресурси“
- ОП „Храни и основно материално подпомагане“
- ОП „Транспортна свързаност“
- ОП „Околна среда“
- ОП „Развитие на регионите“
- ОП „Конкурентоспособност и иновации в предприятията“
- ОП „Научни изследвания, иновации и дигитализация за интелигентна трансформация“

Предвидените проекти и действия са разработени в синхрон с тези програми, за да осигурят тяхната съвместимост и допустимост за кандидатстване.

3. Емпирични източници и специализирани бази данни

Програмата използва голям обем от първични и вторични данни, включително:

- НСИ – статистика за нощувки, туристи, леглова база, сезонност;
- ЕСТИ (Единна система за туристическа информация) – за оперативен анализ на туристическите потоци;
- Националният туристически регистър – за структурен анализ на туристическите обекти;

[7] Център за културно наследство и архитектура. (2023). Стратегията за културното наследство на Община Несебър за периода 2023-2032 година.// Община Несебър. https://nesebar.bg/programi/StrategyCH_Nessebar%20BG-edited.pdf. (21.08.2025)
[8] Община Несебър. // https://nesebar.bg/nasledstvo/02%20BG_final%20ANNEXES%20Vision%20Ancient%20city%20of%20Nessebar_revised.pdf (21.08.2025)
[9] ЕДИНЕН ИНФОРМАЦИОНЕН ПОРТАЛ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ СТРУКТУРНИ И ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ // https://www.eufunds.bg/bg/taxonomy/term/867 (21.08.2025)

- Регистър на туристическите атракции и фестивали – използвани за проектиране на тематични маршрути;
- Регистри на туроператори, екскурзоводи, СПА центрове, туристически сдружения и информационни центрове – използвани при анализ на туристическата екосистема и човешките ресурси.

Програмата е разработена в изпълнение на Договор №373 от 03.07.2025 г. между Община Несебър и Сдружение АРКТ, под научното ръководство на проф. д-р Стоян Маринов, с участието на водещи експерти и изследователи от академичните среди от Варна и Бургас, представители на туристическия бизнес, НПО и администрацията на Община Несебър.

Програмата за устойчиво развитие на туризма в община Несебър 2026–2035 г. е стратегически инструмент за териториално планиране, публично-частно партньорство и дългосрочна визия за дестинация с утвърден международен профил. Чрез нея се поставят основите на екологично отговорен, културно интегриран и икономически устойчив туризъм, който не само подобрява качеството на живот на местното население, но също така цели утвърждаването на община Несебър като лидер в Черноморския туристически регион.

ЧАСТ ПЪРВА. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА НА ВЪТРЕШНАТА И ВЪНШНАТА СРЕДА НА ОБЩИНА НЕСЕБЪР КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

1. *Вътрешната среда на Община Несебър като туристическа дестинация*

1.1. Обща характеристика на Община Несебър

Община Несебър се намира в югоизточната част на България и обхваща най-северните територии на Черноморското крайбрежие в рамките на област Бургас. Географското ѝ положение е стратегическо: на север тя граничи с общините Бяла и Долни Чифлик, на запад – с община Поморие, а на изток граничи с необятната акватория на Черно море. Близостта до Бургас – важен административен, икономически и транспортен център, включен в направлението Черно море – Адриатика на Европейската транспортна мрежа – осигурява съществени логистични и икономически предимства за развитието на региона. Територията на общината обхваща 420 443 декара, което представлява 5,43% от площта на област Бургас. Според данните от последното преброяване през 2021 г., населението на общината възлиза на 30 721 души. (Табл.1)

Таблица 1. Населени места в община Несебър

№	Населено място	Население (2021)
1	**гр. Несебър**	11 236
2	**гр. Свети Влас**	2 788
3	**с. Равда**	2 463
4	**гр. Обзор**	2 023
5	**с. Оризаре**	1 442
6	**с. Кошарица**	1 299
7	**с. Тънково**	1 202
8	**с. Гюльовца**	903
9	**с. Баня**	175

№	Населено място	Население (2021)
10	**с. Раковсково**	79
11	**с. Панитцово**	65
12	**с. Приселци**	48
13	**с. Емона**	30
14	**с. Козница**	7

Източник: НСИ

Административният център на общината е град Несебър – едно от най-древните селища в Европа. Още в древността траките наричали селището Месамбрия, или „градът на Мелса“, на името на легендарния му основател. Географското разположение на града е благоприятствало развитието на морска търговия, като още в древността тук са функционирали две естествени пристанища – северно и южно, чиито следи могат да се видят и до днес. През VI век пр.н.е. в района се заселват гръцки колонисти от дорийски произход, което поставя началото на интензивно градско развитие – изграждат се храмове, училище и театър, а около 440 г. пр.н.е. Месамбрия започва да сече собствени монети, включително златни, което е показател за икономически просперитет. Благодарение на активната търговия с черноморските, егейските и средиземноморските полиси, градът процъфтява както икономически, така и културно. Множество артефакти от този период са изложени в Археологическия музей в Несебър.

През 72 г. пр.н.е. Месембрия е завладяна от римляните, без оказана съпротива. През I век градът е напълно интегриран в структурата на Римската империя. Въпреки загубата на автономия, той запазва своята значимост като търговски и културен център и продължава да сече собствени бронзови монети. През VII век се превръща в седалище на епископия, а в епохата на Византия (VII–VIII в.) Несебър функционира като укрепена морска база със стратегическо значение.

През 812 г. градът е присъединен към Първото българско царство след похода на хан Крум. От XI век насетне започва паралелната употреба на имената Месемврия и

Несебър. По време на Второто българско царство градът често преминава от византийска към българска власт, като кулминацията на неговото развитие настъпва по времето на цар Иван Александър (1331–1371), когато Несебър се утвърждава като един от водещите духовни и икономически центрове на средновековна България.

След османското завладяване през 1453 г. крепостните стени са разрушени, но градът запазва пристанищната си функция, като се превръща във важно средище за износ на дървен материал, зърно и други стоки. През този период около Несебър продължават да функционират манастири и метоси, някои от които съществуват чак до XVIII–XIX век. Архитектурното наследство от този етап включва запазени възрожденски къщи, вятърни мелници, обществени бани и чешми – емблематични за черноморската градска архитектура.

След Освобождението Несебър остава сравнително малко рибарско селище, но през 1956 г. е обявен за архитектурно-археологически резерват. Съхранените крепостни стени, църквите от ранното християнство и Средновековието (X–XIV в.), както и над 60 възрожденски къщи създават неповторима историческа и културна атмосфера. През 1983 г. Старият Несебър е включен в списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО – единственият български град, удостоен с този престижен статут, което подчертава уникалното му значение в глобален контекст.

В продължение на векове Несебър се е развивал като важен търговски и пристанищен център с ключово значение за икономическите връзки в региона на Черно море. Независимо от историческата му значимост, организираният туризъм в района започва сравнително късно – едва през втората половина на XX век. Преломен момент в развитието на туристическата инфраструктура представлява изграждането на курорта „Слънчев бряг“ през 1958 г., разположен в непосредствена близост до Несебър. В първия етап от неговото развитие се построяват 31 хотела и бунгала с капацитет от 2 900 легла, както и редица обслужващи съоръжения – ресторанти, бар и казино.

С нарастващия туристически интерес, в следващите години курортният комплекс се разширява значително, като до 1974 г. вече функционират 104 хотела с общо 24 600 легла. Този ръст в туристическия поток към „Слънчев бряг“ действа като катализатор за

паралелно развитие на туристическа база в самия Несебър, както и в съседни населени места като Обзор, Свети Влас и Равда. До края на 1989 г. общият капацитет на туристическите места за настаняване в община Несебър достига приблизително 80 000 легла.

След политическите и икономически промени в България през 1989 г. и последвалата приватизация на хотелския фонд, туристическата мрежа се разширява динамично по цялото крайбрежие на общината. Новите условия на свободен пазар и предприемаческа инициатива създават възможности за навлизането на разнообразни форми на туристически услуги и за изграждането на модерна материално-техническа база.

В наши дни община Несебър е утвърдена като една от най-предпочитаните туристически дестинации не само в България, но и в рамките на Европа. Регионът съчетава благоприятен климат, просторни пясъчни плажове и изключително богато културно-историческо наследство. Несебър и морето остават свързани в непрекъсната историческа, икономическа и символична взаимозависимост. Тази връзка е материализирана и в съвременната туристическа инфраструктура, която към момента разполага с капацитет, надвишаващ 155 000 легла, което нарежда общината сред водещите туристически агломерации на българското Черноморие.

1.2. Оценка на състоянието на туристическите ресурси

1.2.1 Природни туристически ресурси

Територията на община Несебър се характеризира с изключително природно разнообразие, съчетаващо елементи от нископланинския релеф на Стара планина, речни долини и силно разчленена брегова ивица. Морфологичните особености включват Несебърския полуостров, нос Акротирия и нос Равда, които оформят специфичен ландшафт с висока естетическа и туристическа стойност. Планинската верига играе ролята на естествена климатична бариера, предпазвайки района от нахлуването на студени въздушни маси. Сред най-ценните ресурси за летен туризъм са просторните плажове с фин пясък и благоприятно южно и източно изложение, което осигурява слънчева експозиция през целия ден. Пясъчните дюни, съсредоточени главно в южната

част на общината, заемат площ от около 670 декара и са оформени под влиянието на силни зимни ветрове, идващи от север и изток.

Таблица 2. Плажове на територията на община Несебър

Плаж	**Площ (кв. м)**	**Дължина (м)**	**Средна широчина (м)**	**Активна плажна площ (кв. м)**	**Концесия**
1. Обзор - плажната ивица на града е с дължина над 13 км. Части от нея са обособени за концесия					
Обзор – Централен	50107	1327	41		14.08.2020 – 14.09.2040
Обзор – Мотела	69047	1138		62151	17.09.2020 – 17.10.2040
Обзор – Юг	26917	1014		26917	09.03.2017 – 31.12.2036
Иракли	53002	1985	27		Природосъобразен туризъм
Река Вая	20355	579	52		21.12.2018 – 20.01.2038
2. Южни склонове на Стара планина – тук се намират няколко плажни ивици, също отдавани на концесия					
Козлука	7274	262.2		7247	01.01.2016 – 01.01.2031
Робинзон	13255	1111	12		01.02.2021 – 01.03.2036
Св. Влас – Изток	5029	223			21.06.2017 – 31.12.2036
Св. Влас – Централен*	19413	777.91	16.37		
Св. Влас – Болницата	16762	895		13040	23.04.2018 – 31.12.2032
Св. Влас – Запад	12425	458		9072	01.07.2020 – 01.08.2040
Нов плаж Свети Влас	28520	837			06.03.2017 – 31.12.2036
3. Курортен комплекс „Слънчев бряг“ – над 7 км плажна ивица, разделена на концесионни зони					
Слънчев бряг – Север	149054	2172		144025	04.04.2018 – 03.05.2033

Слънчев бряг – Централен	346833	2236	155		06.02.2019 – 31.12.2038
Слънчев бряг – Юг	395361	873	453		02.01.2022 – 02.01.2042
4. Град Несебър – южната плажна ивица е отдадена на концесия					
Несебър – Юг	307902	1302		57225	05.04.2018 – 08.05.2033
Несебър – Изток*	6182				
5. Село Равда – плажният ресурс е значителен, обособени са следните зони					
Делфин	2838	80		2769	17.08.2020 – 17.09.2040
Равда – Олимпийски надежди	23395	798	22	19623	07.05.2020 – 01.12.2040
Равда – Академика	10493	626	17		30.11.2000 – 30.11.2020
Равда – НСА	11474	590	20		
Равда – Национален детски комплекс	13030	508	28		
Равда – Юг	7034	111		2531	
Равда – Централен	12722	579	14	9575	02.06.2020 – 02.10.2040
Равда – ХТИ*	3798	167	14		
Равда – Запад*	4335				
ОБЩО	**1616557**	**20649.11**			

**включени в Плана за действие на държавните концесии за периода 2021-2027 година*

Източник: Министерство на туризма

Климатът в региона е преходно-средиземноморски и е значително повлиян от морската близост. Преобладават северозападни ветрове с по-висока от средната за страната скорост, а през летните месеци се усеща характерен морски бриз, който създава усещане за прохлада. Средната годишна температура е 12,7°C, като през летните месеци въздухът достига до 28–30°C, а морската вода се затопля до 20–26°C. Районът се радва на приблизително 1700 слънчеви часа годишно в периода май–октомври. Морската среда се отличава с по-ниска соленост в сравнение със Средиземно море и липса на опасни за човека морски видове. Водата отговаря на европейските екологични

стандарти и има доказани терапевтични свойства, което допринася за ежегодното присъждане на „Син флаг“ за редица плажни зони.

Несебър предлага и потенциал за развитие на екологичен и приключенски туризъм. Районът на Еминската Стара планина съчетава природни и културни ресурси, подходящи за пешеходни маршрути, ориентиране и духовни разходки. Наличието на маршрути като „Лазурен бряг“, „Пътеката на вярата“, както и трасетата в районите на Свети Влас, Елените, Обзор и село Кошарица, обогатяват туристическото предлагане извън класическите модели на летен отдих. Част от маршрутите преминават през защитени територии, а някои водят до исторически обекти като средновековни крепости и природни феномени – водопади, минерални извори и редки растителни съобщества. Въпреки наличието на богата инфраструктура, туристическата достъпност и информация за тези маршрути остава недостатъчна, което ограничава техния реален потенциал.

Биологичното разнообразие в общината се опазва чрез съществуващи защитени местности, а Еминската планина е включена в международния миграционен маршрут Via Pontica, което подчертава значението на региона в контекста на трансграничните екологични мрежи. Същевременно на територията на общината се развива ловен туризъм, организиран в рамките на Държавното ловно стопанство „Несебър“. Районът от над 24 000 хектара приютява богат дивечов състав и разполага с бази за настаняване и обслужване на любителите на този вид туризъм.

Въпреки наличието на впечатляващи природни дадености и изградена туристическа инфраструктура, община Несебър се изправя пред редица предизвикателства. Туризмът е силно сезонен, като над 70% от нощувките са концентрирани в месеците юли и август, което води до свръхнатоварване на инфраструктурата и икономическа неактивност извън сезона. Интензивното застрояване в ключови курортни зони като Слънчев бряг, Равда, Свети Влас и Обзор води до загуба на зелени площи, дюни и природен баланс. Старият град Несебър, въпреки че е защитен от ЮНЕСКО, е изложен на сериозен туристически натиск, който поставя под въпрос устойчивото опазване на неговата архитектурна и историческа автентичност. Наред с

това, проблемите с инфраструктурата – недостиг на паркоместа, претоварена канализационна и водопреносна мрежа, създават допълнителни бариери за пълноценно туристическо преживяване.

Туристическият продукт на общината остава недостатъчно диверсифициран, като доминира масовият „all-inclusive“ модел, а ниши като културен, религиозен, винен, еко и балнео туризъм са слабо развити. Проблеми има и с кадровото обезпечаване – наличието на сезонна заетост, недостиг на квалифицирани служители с езикови и комуникационни умения, както и зависимост от чуждестранна работна сила затрудняват качественото обслужване. Въпреки високия туристически потенциал, маркетинговата стратегия на региона често е ограничена до образа на „евтина морска дестинация“, като липсва последователно позициониране в международните дигитални канали и специализирани пазари. Несебър остава и силно зависим от външни туроператори и пазари, включително Германия, Полша и Обединеното кралство, което го прави уязвим при глобални кризи – икономически, здравни или геополитически. В този контекст се налага необходимостта от по-добра координация между местната власт, туристическия сектор и държавните институции, включително създаване на постоянен туристически борд, който да насочва усилията към устойчиво, конкурентоспособно и културно отговорно развитие на общината.

1.2.2 Антропогенни туристически ресурси

Несебър е един от най-древните градове в Европа, с история, започваща преди повече от 3200 години. Разположен върху малък скалист полуостров с дължина едва 850 метра и ширина 350 метра, свързан със сушата чрез тесен провлак, старият град е наследник на античната Месамбрия – име, което в по-късните исторически епохи преминава в Месемврия, а след това и в днешното Несебър. Първите следи от човешко присъствие на тази територия датират още от края на бронзовата епоха. Според античните източници, траките са основали селището под името Месамбрия – „градът на Мелса“, като наименованието произлиза от името на легендарен основател и от

тракийската дума „бриа“, означаваща „град“. Географските дадености на полуострова, който разполага с две естествени пристанища – северно и южно, допринасят за ранното му утвърждаване като важно търговско и морско средище. И до днес в прибрежните води се откриват останки от древни плавателни съдове, свидетелстващи за хилядолетната мореплавателна дейност в региона.

През VI век пр. Хр. тук се заселват дорийски колонисти от Гърция. Селището се развива като типичен гръцки полис със своя градска структура, укрепителни стени, храмове, театър и гимназион. Металообработката се превръща в един от основните занаяти, а от V век пр. Хр. градът започва да сече собствени сребърни и бронзови монети, доказателство за икономическа автономия и висока степен на развитие. Месамбрия поддържа оживени търговски връзки с градовете по Черно, Егейско и Средиземно море, което подпомага както икономическия просперитет, така и културния обмен. Археологически находки от този период днес се съхраняват и експонират в Археологическия музей в града.

През 72 г. пр. Хр. Несебър попада под римска власт, без да окаже съпротива. Въпреки загубата на политическа независимост, градът запазва правото си да сече собствени монети и продължава да функционира като важен търговски и културен център в рамките на провинция Тракия. С възхода на Константинопол и разпространението на християнството, Несебър преживява нов период на подем. Изграждат се християнски базилики, терми, водоснабдителни системи и нови укрепления. Централният храм „Света София“ е посветен на едноименната църква в Константинопол, което подчертава духовното значение на града в християнския свят.

През 812 г. хан Крум превзема града след продължителна обсада и той е присъединен към българската държава. При управлението на цар Симеон Велики Несебър трайно остава в границите на България, утвърждавайки се като важен административен и духовен център. През XII–XIII век градът развива активни търговски връзки със Средиземноморието, Адриатика и северните княжества. За период от 62 години – между 1201 и 1263 г. – Несебър е под българска власт, играейки ключова роля

в дипломатическите отношения между България и Византия, особено при царуванията на Калоян, Иван Асен II и Константин Тих.

Истински културен и духовен разцвет Несебър преживява при управлението на цар Иван Александър (1331–1371). През този период се изграждат множество църкви, а в околните манастири кипи активна книжовна и иконописна дейност. Историческите данни сочат, че в различни епохи на територията на града са съществували около 40 църкви, като до днес са известни 23. Това богато културно-религиозно наследство обуславя честото определяне на Несебър като „българската Равена“.

През 1366 г. градът е завладян от рицарите на граф Амедей VI Савойски и предаден на Византия, а в 1453 г. попада под османска власт. Въпреки това, и в условията на чужда доминация, Несебър запазва своята идентичност. През следващите векове продължава строителството на църкви и манастири, развива се иконописната школа, а пристанището запазва своето значение като търговски пункт чак до XVIII–XIX век.

В епохата на Възраждането градът придобива облика на типично черноморско селище с характерни възрожденски къщи, обществени бани, вятърни мелници и чешми. Населението се занимава предимно с риболов, лозарство и производство на лен. До средата на XX век Несебър остава сравнително малко рибарско градче, но с построяването на курорта „Слънчев бряг“ през 1959 г. започва неговото динамично развитие като международна туристическа дестинация. В днешни дни градът съчетава хилядолетна културна памет с активен туристически живот, превръщайки се в уникално средище на история, архитектура и съвременен отдих.

Старинен град Месембрия – обект на ЮНЕСКО

Културното наследство на Несебър има фундаментално значение за идентичността на града и региона. Около 95% от всички културни ресурси на община Несебър се намират именно на територията на Старинния град, разположен върху малкия полуостров. Това концентрирано културно богатство, съчетано с хилядолетна история и отлично съхранени паметници, довежда до едно от най-престижните

международни признания – на 9 декември 1983 г., по време на VII сесия на Комитета за световното наследство във Флоренция, Старинният Несебър е включен в Списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО. Той остава и до днес единственият български град с такъв статут.

Културното пространство на полуострова обхваща над 100 недвижими културни ценности, сред които изпъкват 12 средновековни църкви с висока архитектурна стойност. Сред тях се открояват „Св. София“ (Старата митрополия), „Св. Стефан“ (Новата митрополия), „Христос Пантократор“, „Св. Иван Кръстител“, „Св. Архангели Михаил и Гавраил“ и други, съхранили автентични елементи от византийската и поствизантийската архитектурна традиция. Археологическите пластове в града съдържат останки от тракийски могили със златни накити, елинистически домове, римски и ранновизантийски обществени сгради, крепостни съоръжения и терми. Провежданите подводни археологически проучвания са разкрили елементи от античното пристанище и отбранителни стени, датиращи от III в. пр. Хр., които свидетелстват за дългогодишната стратегическа роля на Несебър в историята на Черноморския регион.

Сред значимите за туризма обекти се нареждат базиликата „Св. София“, крайморската „Богородица Елеуса“, както и добре запазените храмове от XI–XIV век като „Св. Иван Кръстител“, „Св. Стефан“, „Христос Пантократор“ и „Св. Иван Алитургетос“, които представят впечатляващи образци на средновековно изкуство и стенопис. Запазени са също над 70 възрожденски къщи от XVIII–XIX век, които представляват типичната черноморска архитектура – с каменен първи етаж и еркерна дървена надстройка, характерна за градовете по българското Черноморие.

Културното наследство на Несебър намира израз и в съвременни музейни институции като Археологическия музей и Етнографския музей. Археологическият музей, основан през 1956 г., а от 1994 г. разположен в съвременна сграда на входа на Старинния град, съхранява експозицията „Несебър през вековете“, която представя културното развитие на града от праисторическата епоха до Възраждането. Колекциите включват керамика, антични монети, икони, архитектурни елементи и предмети от

всекидневието. Музеят функционира и като информационен център, посветен на опазването на културното наследство, включено в списъка на ЮНЕСКО.

Етнографският музей се помещава в къща „Москояни“ – образец на възрожденската архитектура от 1840 г., и представя традиционния бит, занаятите, рибарството и облеклото на местното население. Особен интерес представляват експонираните тъкани, накити и предмети от домашния живот на несебърци през XIX век. Част от културните паметници продължават да се използват активно – средновековните църкви, античните сцени и обществени пространства са домакини на фестивали, концерти и театрални постановки, които създават жива връзка между миналото и съвременния културен живот на града.

С цел гарантиране на устойчиво опазване, община Несебър прилага редица стратегически и оперативни документи. Още през 2011 г., по възлагане от местната власт, Националният институт за недвижимо културно наследство (НИНКН) разработва План за опазване и управление на Старинния Несебър. Документът е подложен на обществено обсъждане през 2012 г., а през 2023 г. неговите основни режими и статути са актуализирани от Министерството на културата, в съответствие със Стратегията за културно наследство на България (2023–2032) и Визията за устойчиво развитие до 2044 г.

Ключов стратегически инструмент в тази посока е Интегрираният план за развитие на община Несебър (ПИРО 2021–2027), който интегрира културното наследство като приоритетна област за публични инвестиции. В рамките на този план са разработени и два основни документа: Стратегия за културно наследство на общината (2023–2032), приета официално с решение на Общинския съвет през септември 2023 г., и Проект на анекс към споделена визия за развитие на Стария град Несебър (2025–2044), подлежащ на обсъждане и официално приемане. Проектът за споделена визия задава дългосрочна рамка за устойчиво управление на територията, като акцент се поставя върху пет основни приоритета: подобряване на механизмите за опазване, възстановяване на връзката между градската среда и крайбрежния пейзаж, дигитализация на подводното културно наследство, балансирано интегриране на

културните ресурси в туристическото и урбанистично планиране, както и насърчаване на целогодишен културен живот и адаптивно използване на историческите сгради.

Успоредно с това, Община Несебър провежда реални дейности по реставрация и консервация. През последните години са извършени ремонти на три църкви, две културно-исторически сгради и самия Археологически музей. Тези действия са част от практическата реализация на Плана за управление и се извършват в сътрудничество между местната власт, Министерството на културата и Междуведомствената комисия, която наблюдава и координира изпълнението на стратегиите, устройствени планове и законови изисквания.

Разработването и прилагането на всички тези политики се осъществява в синхрон с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма (2014–2030), което гарантира съответствие с европейските и международни стандарти за опазване на културното наследство и устойчиво териториално развитие. По този начин Несебър съчетава историческата си мисия на културен център с ролята си на активен участник в съвременния културен и туристически обмен на национално и световно равнище.

Състоянието на антропогенните туристически ресурси на територията на Стария Несебър подлежи на систематичен анализ, чиито основни аспекти са обобщени в табл. 3

Таблица 3. Състояние на антропогенните туристически ресурси на територията на Стария Несебър

Обект	Констатации	Препоръчителни дейности
Св. Йоан Алитургетос	Включен сред седем запазени средновековни църкви.	Необходимо отводняване (краткосрочна мярка).
Св. Архангели Михаил и Гавраил	Изветряне на градежни материали, ерозия, дегенерация на мазилки.	Да се довършат КРР (консервация/реставрация).
Св. Параскева	Частично реставрирана / социализирана чрез проект „Вяра в Несебър“ (без работа по стенописите).	Поправка на дефекти след реставрации; климатизация и консервация на интериорни елементи.
Св. Стефан (Нова митрополия)	Включен сред средновековни църкви; има нужда от климатологично обследване.	Спешна мярка – климатизация и интериорни корекции.

Христос Пантократор (Св. Никола)	Определен като обект с критично състояние (тежко състояние).	Спешна мярка за стабилизация и консервация.
Св. Йоан Кръстител	Включен сред църквите с текущи интервенции.	Да се довърши КРР по мазилки и стенописи; климатизация и отводняване.
Св. Спас	Разрушения на мазилки, недостатъчно осветление, нужда от климатичен контрол.	Довършване на КРР, климатизация, отводняване и реставрация на стенописи.
Св. Климент	Аварийно състояние (критични дефекти, повреден вход).	Спешна интервенция за укрепване и консервация.
Св. София (Старата митрополия)	Обект на констатации: наличие на остатъци от стенописи, нужда от реставрация.	Доизясняване и реставрация на стенописи, защита от влага и ерозия.
Крепостни стени и Западна порта	Социализирани; частични реставрации; липса на система консервация.	Консервация, реставрация и социализация.
Базилика „Св. Богородица Елеуса“	Хипотетична реконструкция; нужда от консервация на настилката.	Консервация на настилката; проект за социализация.
Ранновизантийски терми	Тежки симптоми; без консервационни намеси.	Аварийна консервация; проект за социализация.
Цистерна	Умерено силни симптоми на увреждане.	Консервация и поддръжка.
Базилика в северозападната част	Умерено увреждане; нужда от поддръжка.	Консервация и поддръжка.
Некропол на Месамбрия–Месемврия	Препоръчано експониране като археологически парк; богат материал.	Обявяване като археологически парк; изграждане на музей.
Подводни стени, бастиони, тракийска стена	Добре съхранени; проучени; оценени като важен атрибут.	Разширяване на изследванията; социализация; дигитализация.
Кули, порти, археологически структури	Документирани и вписани в околната среда; стабилни.	Социализация чрез маршрути; климатизация на стенописи.
Къщи от XVIII век	Някои в добро състояние; други частично или напълно реконструирани.	Превантивна консервация и реставрация.
Къщи от XIX век	Повечето КС1 (леки симптоми).	Реставрация при нужда; премахване на неподходящи намеси.
Къщи от XX век	Някои тежко увредени или заменени с ново строителство.	Реконструкция на обект с тежка симптоматика.
Църква „Успение Богородично“	Добро физическо състояние; нехармонични намеси.	Поддръжка; хармонизиране на интериора и екстериора.

Баня (XVIII в.)	Каменни стени и тухлени куполи; компрометирана среда.	Реставрация и хармонизиране на средата.
Чешма при Старата митрополия	Добро състояние; аварийна консервация 2022.	Поддръжка; интеграция в пространството.
Вятърни мелници (каменна и дървена)	Каменна без покрив; дървена възстановена 1968.	Консервация и социализация; поддръжка.

Източник: Проект на Споделена визия за Старинен град Несебър (2025–2044)“

Извън пределите на Старинния Несебър, в останалите населени места и техните землища на територията на общината, се намират редица културно-исторически обекти с различна степен на запазеност и потенциал за туристическо оползотворяване. Сред най-значимите от тях са обекти, разположени в градовете Свети Влас и Обзор, както и в селата Баня, Гюльовца, Емона, Оризаре, Приселци и Равда.

В околностите на град Свети Влас, археологически проучвания от началото на 1980-те години разкриват останки от манастирски комплекс, намиращ се в района на вилна зона „Елените“. Историческите сведения сочат, че в тази зона в миналото е съществувала мрежа от четири манастира, разрушени в периода на османското владичество. Макар откритият комплекс да притежава значителен исторически потенциал, той все още не е подложен на реставрация и не е експониран в подходящ вид за туристически посещения. В самия град функционира действащ православен храм – църквата „Св. Атанасий“.

Град Обзор също притежава богато археологическо и архитектурно наследство. На територията му са идентифицирани останки от каменна преградна стена с укрепление, датираща от ранновизантийската епоха, както и крепостта „Козяк“, разположена на 2.5 км северозападно от града. Обзор разполага и с действаща църква – „Св. Йоан Предтеча“, както и с редица културни обекти, сред които историческата мелница на Тодор Панчев, седем архитектурни паметника от различни епохи, както и останки от антични и римски селища в местностите около града – включително и керамична работилница, свидетелстваща за развито занаятчийство през римския период и Средновековието.

В село Баня, на десния бряг на река Ботанишка (местността Иракли), се намират останки от антично селище от римския период, както и действащата църква „Св. Илия“. Село Гюльовца съхранява четири традиционни къщи, класифицирани като архитектурни паметници. Районът на село Емона и нос Емине е особено богат на културни и археологически находки – включително манастирската църква „Св. Николай“, храмът „Св. Димитър“, останки от римски и средновековни български селища, крепостта „Емона“ от ранновизантийската епоха, както и старо водохранилище. Част от тези обекти са свързани с духовното и военното минало на региона, като свидетелстват за стратегическата роля на нос Емине като наблюдателен и отбранителен пункт.

В село Оризаре са регистрирани шест архитектурни паметника и действащата църква „Св. Параскева“, докато в село Приселци се намират останки от късноантичен мост, разположен на около два километра източно от населеното място. В землището на село Равда са идентифицирани две могили с археологическа стойност, както и храмът „Св. Параскева“, който е отворен за посетители.

Независимо от съществуването на богат културен фонд, в повечето случаи състоянието на тези паметници извън Старинния Несебър остава незадоволително. Единствено действащите църковни храмове в различните населени места функционират реално и са достъпни както за местното население, така и за туристи. Останалите ресурси не са реставрирани, не са благоустроени за публично ползване и не разполагат с инфраструктура, необходима за превръщането им в интегрална част от туристическия продукт на общината. Това подчертава необходимостта от насочени инвестиции, научна експертиза и стратегическо планиране с оглед на опазването, адаптацията и социализацията на културното наследство в периферията на община Несебър.

Динамиката на посещенията в музейните обекти, разположени на територията на „Старинен град Несебър“, за периода 2014 – октомври 2022 г., е представена в табл. 4

Таблица 4. Посещения в музейните обекти на територията на „Старинен град Несебър“ за периода 2014 – 10.2022 г.

Година	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**До 10.2022**
Бр. посетители	136 270	90 667	107 187	126 095	145 105	137 883	24 945	56 312	79 740

Източник: музей „Старинен Несебър“

Въпреки наблюдавания устойчив ръст на музейните посещения в страната през 2024 г., броят на туристите, разглеждащи музейните обекти на територията на „Старинен Несебър“, остава под реалния капацитет на наличната културна инфраструктура. Основните причини за това включват ограничени средства за реклама и поддръжка на обектите, слаба интеграция на културните паметници в тематични туристически маршрути, както и недостатъчно включване на музейните експозиции в програмите на организираните туристически групи. Повечето посещения на групи в града се свеждат до кратки беседи пред фасади на църкви и крепостни стени, което не позволява задълбочено културно преживяване.

Музей „Старинен Несебър“ продължава да изпълнява основните си функции като юридическо лице, което стопанисва и управлява културни паметници и прилежащи територии, собственост на общината или държавата. Дейностите включват експониране и поддръжка на Археологическия и Етнографския музей, църквите-музеи и вятърната мелница, както и въведената практика за комбинирани билети, насърчаващи по-дълъг туристически престой и по-широко обхващане на обектите с културно-историческа стойност. Осъществяват се също проучвателни и реставрационно-консервационни дейности, поддръжка на архитектурно осветление, издаване на рекламно-информационни материали и участие в научни форуми и изложби.

Към момента официалният уебсайт ancient-nessebar.com функционира с актуална информация, но визията и технологичната му структура са морално остарели и се нуждаят от спешна модернизация. Съществува и специализирана дигитална платформа за културното наследство на града – mesambria.eu, финансирана по линия на Национален фонд „Култура“ (договор № ORG-2022-54 от 29.11.2022 г.), но активността

в нея е прекратена след 2023 г.

През юли 2025 г. музей „Старинен Несебър“ участва с изложбата „По вълните на Черно море през хилядолетията“ в централата на ЮНЕСКО в Париж, като част от официалната програма на 47-ата сесия на Комитета за световното наследство, на която България председателства. Комитетът формулира изисквания за опазване и подобрено управление на Старинен град Месемврия – обект на Световното културно наследство.

Сред основните предизвикателства, които стоят пред ефективното използване на културното наследство, се открояват нуждата от по-активна социализация на обекти, които в момента са отворени само сезонно или изобщо не се експонират, като „Св. Богородица Елеуса“, „Св. Йоан Алитургетос“ и западните крепостни стени. Необходимо е развитие на целогодишни маршрути около най-посещаваните обекти като Археологическия музей, „Св. София“, „Св. Стефан“ и „Христос Пантократор“, включително чрез дигитални и аудиогид системи. Освен това, трябва да се подобри цялостната визуална идентичност и естетизация на градската среда чрез уеднаквяване на информационните табели, въвеждане на QR-кодове и многоезични обяснения. Липсата на цялостна електронна система за публичен достъп и регистър на обектите с културно-историческа стойност възпрепятства мониторинга и устойчивото управление.

Допълнително затруднение е недостатъчната координация между институциите, ангажирани с управлението на наследството – Община Несебър, Министерство на културата, НИНКН и музейната институция. Въпреки, че е създадена Междуведомствена комисия при Министерство на културата, която играе роля в оценката на недвижими обекти, подготовката на режими за опазване и предложения за деклариране като културни ценности, липсват формализирани механизми за взаимодействие, а контролът върху преустройствата на сгради с архитектурна стойност е слаб. Това налага приоритизиране на обекти с компрометирана автентичност и прилагане на реставрационни предписания според националните и международни изисквания. Финансирането следва да бъде насочено към програми за консервация и социализация чрез структурни инструменти на ЕС, програми на Министерството на културата и фондове за дигитализация и достъпна среда.

Независимо от трудностите, статутът на Несебър като част от световното културно наследство остава ключов актив за развитие на устойчив културно-познавателен туризъм. Потенциалът за пълноценно използване на културните ресурси е значителен, при условие че бъде реализиран цялостен и координиран управленски подход, съчетаващ дигитални решения, инфраструктурна рехабилитация и съвременни интерпретативни практики.

1.3. Оценка на инфраструктурата

1.3.1 Техническа инфраструктура

Пътна мрежа

Пътната инфраструктура на територията на община Несебър е доминирана от първокласния път I-9 (част от международния коридор Е-87), който представлява основната сухопътна връзка към Бургас и неговото летище, както и към Варна. В последните години бяха реализирани ключови подобрения, сред които новото четирилентово трасе и обходът на Ахелой, въведен в експлоатация през 2018 г., като тези интервенции доведоха до известно облекчение на трафика по време на активния летен сезон. Независимо от това, все още съществуват участъци с ограничен капацитет и конфликтни точки в съседни общини, които оказват пряко въздействие върху туристопотока към Несебър. Второкласната и третокласната пътна мрежа в общината продължава да страда от износени настилки, липса на пълна хоризонтална маркировка и недостатъчна обезопасеност чрез крайпътни елементи. Общинските (четвъртокласни) пътища се нуждаят от системна рехабилитация, включително отводняване и вертикална сигнализация.

Голямото предизвикателство остава концентрираното натоварване през летния сезон, когато по направленията към курортен комплекс „Слънчев бряг“, град Несебър (включително старата и новата му част), Свети Влас и Равда се наблюдават сериозни задръствания, особено в пиковите часове. За решаването на посочените проблеми през 2024 г. се изгради кръгово кръстовище на път Е87 на разклона Кошарица – Варна – Слънчев бряг. През 2025 г. Община Несебър изпълни реконструкция на пътя за Свети

Влас: от края на ул. „Първа“ в Слънчев бряг при кръстовището за гр. Свети Влас до първата пресечка към вилно селище „Зора“. Дейностите включват цялостно изграждане на тротоарни алеи и ремонт и преасфалтиране на пътното платно с четири ленти. В резултат движението по пътната отсечка от разклона при светофара "Кръстовище с. Кошарица - Слънчев бряг" до входа на гр. Свети Влас е четирилентово с осигуряване на широк паркинг район за Слънчев бряг - север и цялостно трансформиране на визията на крайпътната зона с монтирано ново улично осветление.

Уличната мрежа в някои части на общината е частично обновена, като са реализирани нови пешеходни и велосипедни трасета, особено по крайбрежието между старата част на Несебър и курортния комплекс. Въпреки това, в историческата част на града и в курортните зони на „Слънчев бряг“ продължава да се наблюдава тесен уличен габарит, както и недостиг на обозначени паркоместа. Превръщането на гаражи в търговски обекти допълнително влошава ситуацията, прехвърляйки автомобилите върху уличната мрежа. Навигационното и туристическо означение е нееднакво и понякога липсва превод на английски език, включително при наименования на улици, паркинги и информационни табла.

Обществеият транспорт функционира с добра покриваемост и разписания, адаптирани към сезонния характер на туристическия поток, но нуждата от допълнителни курсове по направленията Слънчев бряг–Несебър, Несебър–Равда–Бургас и Слънчев бряг–Св. Влас остава належаща, особено в пиковите часове. Част от автобусните спирки се нуждаят от обновяване и оборудване с многоезична информационна система. Таксиметровият превоз се осъществява по ред, утвърден от общината, с определен годишен капацитет от 520 автомобила за 2024 и 2025 г., както и с минимални и максимални тарифи, утвърждавани ежегодно от Общинския съвет. Въпреки това контролът върху нерегламентирани спирания и ценови злоупотреби следва да бъде засилен.

През последните години са въведени електронни табла за свободни паркоместа и сезонни режими за достъп до старата част на Несебър, която е особено чувствителна към пренасищане от автомобили. Въпреки това, хроничните задръствания в курортната

зона и новата част на града изискват продължаване и надграждане на мерките, включително изграждане на буферни и многоетажни паркинги при входовете на ключови урбанизирани територии. Необходима е актуализация на изискванията към новоизграждащи се туристически и жилищни обекти по отношение на минималния брой паркоместа, както и систематична рехабилитация на улични настилки, тротоари и маркировка. Сред приоритетните действия се очертават разширяването на „синя зона“, завършването на интелигентната навигация към паркинги чрез електронни табла и мобилни приложения, изграждане на система „park & ride“ по курортните оси и въвеждане на ясни правила за достъп и доставки в историческата зона в рамките на фиксирани времеви интервали.

Воден транспорт

В рамките на община Несебър функционират няколко пристанищни съоръжения, изпълняващи различни функции – от обслужване на пътници до риболовна и яхтена дейност. Основният пътнически терминал се намира в Пристанище Несебър, където е налична инфраструктура за приемане на морски съдове. Въпреки това, редовните пътнически морски линии по Южното Черноморие са преустановени, като пристанището в момента обслужва предимно сезонни туристически кораби, риболовни съдове и яхти. Съществено значение има и рибарското пристанище „Северна буна – Несебър“, което в последните години премина през модернизация – процес, завършен през 2022 г. и допълнително развит чрез проекти през 2024 г. Изградени са нови плаващи понтони, колони за електрическо и водно захранване, както и осветление, което увеличава капацитета за обслужване на рибарски лодки и малки плавателни съдове. В допълнение към тези обекти, на територията на общината функционират няколко яхтени пристанища, сред които се откроява „Марина Диневи“ в Свети Влас с модерна инфраструктура, отговаряща на съвременните стандарти за яхтен туризъм. По-малки пристанища и стоянки допълват сезонните морски атракции и частни чартърни линии.

Независимо от постигнатите подобрения, ролята на водния транспорт като част от туристическата инфраструктура на общината остава ограничена. Основните пречки се свързват с липсата на редовни крайбрежни линии между Несебър и ключови

черноморски дестинации като Поморие, Бургас, Созопол и Варна. В допълнение, недостигът на действащи понтони и кейове по основните плажове, включително южния плаж на Несебър, зоната на „Слънчев бряг“ и крайбрежната ивица при Обзор, възпрепятства развитието на локални морски връзки и ограниченото време за престой на туристите в района. Интеграцията между водния, автобусния и велосипедния транспорт все още е слабо развита, а липсата на единни правила за достъп и ползване на пристанищни съоръжения, стопанисвани от частни оператори или концесионери, създава неяснота и затруднения при общественото им използване. Допълнително утежняваща обстоятелство е драстичният спад в круизния туризъм, който след 2019 г. почти изчезва поради последователни кризи – първо пандемията от COVID-19, а впоследствие и военно-политическата нестабилност в региона, свързана с войната в Украйна. Към момента, вече пета поредна година, в Несебър не е акостирал нито един класически круизен кораб, което оказва съществено отражение върху висококатегорийния туристически поток.

С оглед на потенциала за развитие и перспективите до 2030 г., възстановяването на сезонни крайбрежни връзки чрез катамарани или хидрофойли би могло да представлява устойчива и пазарно обоснована мярка, реализируема чрез публично-частни партньорства. Разгръщането на нови модулни понтони и малки кейови съоръжения с акцент върху безопасността, достъпността и съвместимостта с режимите за опазване на културното и природно наследство би осигурило допълнителни точки на достъп по цялото крайбрежие на общината. В този контекст, особено приложими са идеите за комбинирани маршрути, съчетаващи воден, пешеходен и велосипеден туризъм между новата и старата част на Несебър, Свети Влас, вилна зона „Елените“ и Обзор. Развитието на обслужването на яхти и малки плавателни съдове също следва да бъде приоритет, включващ стандартизация на услугите, свързани с електроснабдяване, водоснабдяване, интернет достъп и управление на отпадъци, както и насърчаване на електрификацията на кейовете и внедряване на енергийно ефективни решения. В цялостната картина, водният транспорт представлява стратегически, но все още недостатъчно развит компонент от туристическата система на община Несебър, чийто

пълноценен потенциал следва да бъде разгърнат чрез координирани действия, инвестиции и интеграция с другите видове транспорт.

Водоснабдяване, канализация и пречиствателни системи

Община Несебър разполага с напълно изградена система за водоснабдяване. Основният водоизточник, който осигурява необходимото количество вода за територията на общината, е деривация „Камчия“. Тази система покрива нуждите на населените места Несебър, курорта „Слънчев бряг“, Равда, Тънково, Свети Влас и в.с. „Елените“. Водоснабдяването на град Обзор и селата Баня и Приселци се осъществява посредством система „Приселци“, докато село Кошарица се захранва от система „Калината“. Населените места Гюльовца и Оризаре разчитат на водоснабдяване чрез система „Гюльовца“, а по-отдалечените селища Паницово, Раковсково, Емона и Козница използват собствени локални водоизточници. Експлоатацията и техническата поддръжка на водоснабдителните и канализационните мрежи в общината се извършват от „ВиК“ ЕООД – Бургас. В последните години са реализирани значителни инвестиции, насочени към подмяна на амортизирани водопроводни съоръжения и изграждане на нови трасета в развиващите се урбанизирани територии.

По отношение на канализационната инфраструктура, в общината е изградена мрежа, която обслужва градовете Несебър, Обзор, Свети Влас, Равда, в.с. „Елените: и курорта „Слънчев бряг“. Действащите пречиствателни станции включват няколко ключови съоръжения. Пречиствателната станция за отпадъчни води (ПСОВ) „Равда – Слънчев бряг – Несебър“ е модернизирана и разполага с дълбоководно заустване, като осигурява надеждно пречистване на отпадъчните води и обслужва голяма част от населените места, включително Несебър, к.к. „Слънчев бряг“, Равда, Свети Влас, Кошарица и прилежащите селища. ПСОВ „Обзор – Бяла“ функционира ефективно и обхваща двата града и околните населени места, но е налице необходимост от нейното реконструиране и модернизиране с цел подобряване на ефективността. ПСОВ „Елените“ е със сравнително ограничен капацитет и не осигурява пълно биологично пречистване, което води до сериозни проблеми при увеличено натоварване през летния туристически сезон. Допълнително, частната собственост на това съоръжение

затруднява провеждането на ефективен контрол и поражда потенциални екологични рискове.

Като основни приоритети в сферата на водоснабдяването и канализацията община Несебър определя разширяването на водоснабдителната инфраструктура към по-отдалечените населени места, подмяната на остарели мрежи в курортните и историческите части на градовете, както и изграждането и разширяването на резервоари за питейна вода. Завършването на канализационните системи във всички населени места остава също сред приоритетите на общинската политика. Допълнително се предвижда изграждане на локални пречиствателни станции в селата Оризаре, Гюльовца и Баня, реконструкция и модернизация на ПСОВ „Обзор – Бяла“, както и създаване на нова общинска пречиствателна станция, която да обслужва района „Свети Влас – Елените“. За повишаване на ефективността на системата се планира подобрение в работата на канализационните колектори и мрежата, осигуряване на екологично съобразено третиране на утайките от пречиствателните станции, както и въвеждане на строг контрол върху строителната и стопанската дейност в чувствителните крайбрежни зони.

Електроснабдяване и газоснабдяване

Електроснабдяването на територията на община Несебър се осъществява основно чрез подстанция 110/20 kV „Слънчев бряг“, която осигурява стабилно електрозахранване както за град Несебър, така и за основните туристически зони. В населените места Обзор и Свети Влас функционират възлови станции, които играят съществена роля за разширяване на капацитета на системата и подобряване на техническите параметри на електроснабдяването. С оглед нарастващото потребление, породено от урбанизацията и сезонната натовареност в курортните райони, като основен приоритет се очертава изграждането на нови трансформаторни постове и допълнителни подстанции, предназначени да обслужват новите жилищни комплекси и туристически обекти.

Уличното и парково осветление в общината се основава на използването на енергоспестяващи натриеви и метал-халогенни лампи. През последните години се наблюдава активно внедряване на съвременни LED системи, които допринасят както за

значително намаляване на енергопотреблението, така и за удължаване на експлоатационния срок на осветителните тела. Тези действия се вписват в рамките на общинската политика за повишаване на енергийната ефективност и устойчиво управление на ресурсите.

В сферата на алтернативните енергийни източници, община Несебър прилага стратегия за насърчаване на използването на възобновяеми енергийни източници и биогорива. В различни райони се внедряват соларни панели и термопомпени системи, като същевременно се реализират пилотни проекти, насочени към изграждане на зелена енергийна инфраструктура. Тези проекти обхващат както частни домакинства, така и обществени сгради и туристически комплекси, с цел намаляване на въглеродния отпечатък и подобряване на енергийната независимост на региона.

Що се отнася до газоснабдяването, на територията на общината към момента не е изградена газоразпределителна мрежа. Съществува обаче идеен проект за газификация на основните селища, включително Несебър, Свети Влас, к.к. „Слънчев бряг“ и в.с. „Елените“. Реализацията на този проект предстои, като той представлява ключов елемент от бъдещото развитие на енергийната инфраструктура на общината.

Приоритетните направления в областта на енергийната политика на община Несебър включват разширяване на електроразпределителната мрежа, изграждане на нови подстанции и трансформаторни пунктове, пълна подмяна на съществуващите осветителни системи с LED технологии, ускорено внедряване на възобновяеми енергийни източници в обществената и туристическата инфраструктура, както и подготовка и реализация на проекта за газификация на основните населени места в региона. Тези действия са насочени към повишаване на енергийната сигурност, ефективност и устойчивост в контекста на нарастващите екологични и икономически изисквания.

Обществена чистота, хигиена и третиране на отпадъците

Община Несебър полага системни усилия и инвестира значителни ресурси за поддържане на обществената чистота, хигиена и ефективното управление на отпадъците. Дейностите в тази сфера се ръководят от разпоредбите на Наредба № 6, която

регламентира правилата и условията за събиране, разделно събиране, транспортиране, оползотворяване и обезвреждане на всички категории отпадъци, включително биоразградими отпадъци и опаковки. Цялостната система за управление на отпадъците цели устойчиво развитие, опазване на околната среда и подобряване на качеството на живот както на местните жители, така и на туристите.

Обслужването по сметоизвозване, както и поддръжката на зелените площи, се осъществяват от общинските предприятия „Благоустрояване, комунално стопанство и озеленяване“ и „Управление на отпадъците – Несебър“. Обновяването и подмяната на съдовете за битови отпадъци се извършва регулярно, съобразно степента на тяхното износване, като приоритет се поставя върху поддържането на адекватен капацитет и санитарно-техническо състояние на съдовете в курортните и урбанизирани зони.

По отношение на строителните отпадъци, общината отговаря на повишените изисквания, произтичащи от активния строителен процес в региона. Във връзка със Закона за управление на отпадъците е създадена работеща система за разделно събиране на опаковки от различен вид, включително хартиени, стъклени и пластмасови, като се осигурява адекватна инфраструктура за тяхното приемане и транспортиране.

Съществена част от интегрираната система за управление на отпадъците е претоварната станция, разположена в близост до с. Равда, която функционира от 2015 г. и обслужва както община Несебър, така и съседната община Поморие. Тази съвременна станция е оборудвана със съоръжения за компактиране и третиране на строителни и едрогабаритни отпадъци с капацитет до 20 тона на час, както и с площадки за приемане на разделно събрани материали. Отпадъците от претоварната станция се транспортират до регионалното депо „Братово-запад“, което се намира на приблизително 55 километра разстояние. Общината е създала условия, при които домакинствата имат право безплатно да предават до 1 тон строителни и едрогабаритни отпадъци годишно, като се изисква използване на регистрирани превозвачи. Понастоящем на територията на община Несебър не са регистрирани нерегламентирани сметища, благодарение на обхвата на действащата система, която обхваща всички домакинства.

През летния сезон на 2025 г. са утвърдени и се изпълняват графици за дезинсекционни и дератизационни обработки, целящи осигуряване на здравословна среда както за жителите, така и за туристите. Мерките са част от цялостната стратегия за превенция на епидемии и ограничаване на риска от разпространение на вредители.

Във финансов аспект, размерът на таксата за битови отпадъци през 2024 г. е фиксиран на 1,6 промила за граждани и 10 промила за бизнес потребителите. За юридически лица, които са избрали алтернативен модел на таксуване, базиран на количеството генерирани отпадъци, се прилагат фиксирани ставки, например 1840 лв. годишно за контейнер с вместимост 1,1 куб. м и 11 040 лв. за контейнер от 3,5 куб. м.

Общината работи активно за решаване на проблемите в направлението: в периода 19.03.2020г.-10.11.2021г е изпълнен проект "Рекултивация на депо за твърди битови отпадъци в м. "Балабана" в землището на град Обзор на обща стойност 1 254 410.89 лв., от които 1 066 249,26 лв. БФП от ЕФРР и 188 161,63 лв. национално съфинансиране от държавния бюджет на РБ; Към датата на приключване на проекта общата стойност на извършените дейности е 1 104 155,39 лв. с финансиращ орган: ОПОС 2014-2020.

Като бъдещи предизвикателства остават разширяването на мрежата от обществени санитарни съоръжения, особено в натоварените курортни зони, повишаване на качеството и редовността на сметоизвозването, както и повишаване на информираността и ангажираността на населението и бизнеса към разделното събиране. Особено внимание се обръща на проблема с неправомерното изхвърляне на строителни отпадъци в контейнерите за битови отпадъци. В тази връзка се планира и оптимизация на разположението на контейнерите, с цел подобряване както на достъпността за потребителите, така и на общата естетика на урбанизираните пространства.

Паркове, градини и озеленяване

Зелените пространства в община Несебър играят съществена роля за подобряване на качеството на живот, както и за повишаване на екологичната, естетическата и социалната стойност на населените места. Те допринасят за пречистване на въздуха, намаляване на шумовото и праховото замърсяване и осигуряват благоприятна среда за отдих, физическа активност и социално взаимодействие. Управлението, изграждането и

поддръжката на тези пространства се извършват в съответствие с разпоредбите на Наредба № 18 за зелената система и Наредба № 6 за опазване на околната среда, които предоставят правна рамка за устойчивото развитие на зелената инфраструктура в общината.

Съществуващата озеленена мрежа в населените места като Несебър, Обзор и Равда включва оформени паркове, крайбрежни алеи и междублокови пространства, озеленени с декоративна растителност. Въпреки това, на места се наблюдава влошено състояние на зелените площи поради неправомерно паркиране на моторни превозни средства върху залесени зони, особено в жилищните и туристически райони. Особено тревожна е ситуацията в курорта „Слънчев бряг“, където в резултат на интензивното застрояване почти напълно липсват зелени пространства, а озеленителните инициативи от страна на инвеститорите и местната администрация не са успели да компенсират загубата на растителност.

В отговор на тези предизвикателства, през 2025 г. община Несебър стартира проект, насочен към подобряване на качеството на въздуха чрез озеленяване на пешеходни и градски пространства. Проектът включва засаждане на дървета и храсти с доказана способност за улавяне на прахови частици. В рамките на последните три години са засадени близо 2 000 растения, сред които видове като чинар, магнолия, дъб, пиния, липа и червена слива, подбрани съобразно климатичните и почвените характеристики на региона.

В рамките на Интегрирания план за развитие за периода 2023–2027 г. са предвидени редица стратегически инициативи за разширяване и подобряване на зелената мрежа. Те включват изграждането на шест нови паркови пространства, оборудвани с детски площадки и зони за отдих и развлечения, както и разработването на проект за обществен парк в град Обзор, насочен към съчетаване на зеленина със социални и културни функции. Особен акцент се поставя върху създаването на „зелен кадастър“ – цифрова карта, чрез която се проследява и управлява състоянието на дърветата, зелените алеи и коридори в рамките на урбанизираните територии.

Поддръжката на съществуващите зелени площи включва сезонни мерки за

дезинсекция и дератизация, като през лятото на 2025 г. такива действия са проведени в парковете и озеленените зони в Несебър, Обзор, Равда, Свети Влас, Кошарица и други населени места. Успоредно с това, поетапно се изграждат нови открити спортни и рекреационни площадки, включително фитнес уреди и игрища, разположени в жилищни зони като ж.к. „Черно море“ и Свети Влас. В контекста на усилията за опазване на растителността, в старата част на Несебър бе изграден двуетажен паркинг, който намали натиска върху зелените площи, като осигури алтернатива за автомобилен достъп.

Независимо от реализираните проекти и положените усилия, съществуват редица структурни и организационни предизвикателства. Сред тях са системното премахване на зелена растителност при строителни дейности без нейното последващо възстановяване, липсата на достатъчно функциониращи зелени пространства в ключови зони като новата и старата част на Несебър, Обзор, Свети Влас и курорта „Слънчев бряг“. В допълнение, се очертава необходимост от създаване на обществени зелени територии, които да бъдат безопасни, достъпни и подходящи за ежедневна релаксация. За да се преодолеят тези предизвикателства, е необходимо увеличаване на бюджета за озеленяване, както и по-строг административен контрол при поддръжката и разширяването на зелената мрежа.

Социална инфраструктура

Социалната инфраструктура в община Несебър обхваща ключови обществени системи, които осигуряват здравеопазване, образование и обществен ред, като същевременно отразяват особената натовареност и динамика на региона, породена от неговия статут на туристически център с национално и международно значение. Комплексното взаимодействие между публични и частни структури, както и сезонните вариации в населението, оказват съществено влияние върху капацитета и ефективността на социалните услуги.

Здравеопазването в общината е организирано чрез мрежа от различни здравни структури, които обслужват както местното население, така и значителния туристически поток през активния летен сезон. На територията на общината функционират - Здравна къща Несебър; здравни служби с общопрактикуващи лекари в Обзор, Свети Влас, Равда, Гюльовца, в Кошарица; стоматологичен к-т в Оризаре; Медицински център Viva Clinic в

к.к. „Слънчев бряг“, Медицински център Life Hospital в Св. Влас. Филиалът на спешната помощ, който се помещава в Здравната къща в гр. Несебър**,** временно (от края на 2023 г. и до момента) е преместен в Слънчев бряг - поликлиниката заради извършващите се в момента основен ремонт, преустройство и обновяване на материалната база. През 2025 г. с Решение № 421/от Протокол № 16/30.04.2025 г. ОбС Несебър прекратява дейността на търговско дружество „Медицински център «Д-р Димитър Пеев» ЕООД (поликлиниката в Слънчев бряг). В сградата освен настанената Спешна помощ - Несебър функционират кабинети за доболнична медицинска помощ.

Допълнително, в редица хотели действат частни лекарски кабинети, предлагащи първична и спешна помощ. Въпреки широката мрежа, системата среща сериозни предизвикателства, особено по време на пиковия туристически сезон, когато капацитетът ѝ се оказва недостатъчен. Проблеми се наблюдават и по отношение на завишените цени за чуждестранни граждани и липсата на ефективен регулаторен контрол върху качеството на медицинските услуги. Недостатъчната координация и забавената реакция при спешни случаи са особено осезаеми, като пример за това е инцидентът с водна атракция през 2025 г., който предизвика национална проверка на системата за спешна помощ. В перспектива се очаква общината, в сътрудничество с държавните институции, да насочи усилията си към по-добра координация със спешните екипи, осигуряване на мобилни медицински пунктове в натоварени зони като к.к. „Слънчев бряг“ и централните плажове, както и повишаване на контрола върху ценовата политика на здравните услуги за чужденци.

Образователната система на територията на община Несебър включва две средни училища – СУ „Любен Каравелов“ в Несебър и ПГТ „Иван Вазов“ в „Слънчев бряг“, шест основни училища, едно обединено училище, единадесет детски градини и Център за подкрепа за личностно развитие. Капацитетът на институциите на този етап е адекватен на нуждите на населението, но материалната база изисква непрекъснати инвестиции в ремонтни дейности и обновяване. През 2025 г. стартира изграждането на нов корпус към СУ „Любен Каравелов“, включващ 18 класни стаи, многофункционална зала и достъпна среда, което значително разширява възможностите на училището за

обучение и извънкласни дейности. Професионалната гимназия по туризъм „Иван Вазов“, единствена по рода си в района, се сблъсква с недостиг на площ и модерно оборудване, което ограничава нейната способност да отговори на нарастващите изисквания на туристическия сектор. В допълнение, в селата Оризаре и Гюльовца се изграждат нови спортни зали, което допринася за подобряване на спортната инфраструктура в селските райони. Сред основните предизвикателства се открояват необходимостта от модернизация на компютърните кабинети, дигитализация на учебния процес и повишаване на квалификацията на преподавателите, особено в областта на чуждоезиковото обучение и използването на цифрови технологии. Все по-важно става и създаването на функционална връзка между образованието и бизнеса, с акцент върху туристическия сектор като основна икономическа ос на региона.

В условията на интензивен туристически поток и висока урбанизация, поддържането на обществения ред и сигурността в община Несебър придобиват особено значение. Регламентацията в тази област се основава на Наредба № 1, която определя нормите за опазване на обществения ред, спокойствието на гражданите и безопасността на туристите. Към структурите на Министерството на вътрешните работи функционира и Общинско звено за самоохрана, което има за задача да подпомага опазването на обществения ред и защитата на общинската собственост. На ключови места са инсталирани видеонаблюдателни системи, които ежегодно се разширяват и модернизират, с цел по-ефективно превенция и реакция при инциденти. Въпреки това, продължават да съществуват проблеми, свързани с нарушаване на нощната тишина от заведения, недостатъчна пътна безопасност за пешеходци и индивидуални туристи, измами в обменни бюра и нерегламентирана обмяна на валута, както и случаи на джебчийство и кражби по плажовете и в обществения транспорт. Сред приоритетните мерки за развитие се включват разширяване на обхвата на видеонаблюдението и интегрирането му в единна система, по-строг контрол върху нощните заведения и туристическите услуги, организиране на информационни кампании за превенция на измамите сред туристите, както и засилване на сътрудничеството между полицията, общинската администрация и туристическите оператори.

1.3.2 Туристическа инфраструктура

Община Несебър разполага с добре развита туристическа инфраструктура, която постепенно се разширява и диверсифицира, за да отговори на нуждите на различни типове посетители и да удължи туристическия сезон. Един от най-утвърдените елементи в тази система е спортният туризъм, който се базира на традиции в морските спортове, особено ветроходството. Общинският морски клуб „Несебър 2000“ развива активна дейност в модерната си база, разположена на яхтеното пристанище, и ежегодно организира международни регати с участие в официалния спортен календар. Националната спортна академия „Васил Левски“ също поддържа спортна база между Несебър и Равда, като предоставя условия за практикуване на плуване, гребане, ветроходство, сърф и водно спасяване. Стадиони с подходяща инфраструктура функционират в Несебър, Равда, Свети Влас и Обзор, като основният стадион в Несебър редовно приема юношески турнири. В Свети Влас беше завършен нов стадион, който вече се използва за тренировки и спортни събития. Съществуват планове за изграждане на закрит плувен басейн в кв. „Черно море“, което ще разшири възможностите за целогодишен воден спорт, включително водна топка и синхронно плуване. Въпреки тези инициативи, все още липсва многофункционален закрит спортен център, който би позволил организиране на турнири и занимания по тенис, баскетбол, волейбол, гимнастика и лека атлетика през цялата година. Общината разполага и с потенциал за развитие на голф туризъм, който би допринесъл за разширяване на сезона и привличане на по-висококатегорийни туристи.

Балнео- и климатолечебният туризъм са слабо развити, поради липсата на значими минерални извори на територията на общината. Въпреки това, климатичните условия в района, особено около Свети Влас, са доказано благоприятни при белодробни заболявания, което създава основа за развитие на климатолечебни бази и специализирани възстановителни програми. Част от търсенето в балнеосферата се пренасочва към близката община Поморие, където функционира утвърдена калолечебна база край Поморийското езеро.

Несебър има и утвърдени позиции в събитиен туризъм. Културната и конгресна

инфраструктура се разширява, като редица хотели предлагат зали за семинари и конференции, макар и предимно с ограничен капацитет. В града функционират специализирани пространства като конферентния център „Сочи“, зала „Мелсас“ и Демонстрационния център на занаятите, които допринасят за провеждане на събития извън летния сезон. През 2023 г. беше открит Центърът за култура и образование „Артиум“, който се превърна в съвременен културен хъб с театрална зала, киносалони, репетиционни и интерактивна библиотека. Пространството пред центъра, площад „Жулиета Шишманова“, вече е утвърдено място за провеждане на концерти и празници. Годишният културен календар на общината включва над 15 национални и международни фестивала в периода май–септември, като кулминация на културния живот остава празникът на града – 15 август (Успение Богородично), отбелязван с концерти, спектакли и фойерверки.

Сватбеният туризъм е нов, но интензивно развиващ се пазарен сегмент. Гражданските обреди се извършват както в реставрираната сграда на старото кметство, така и чрез изнесени церемонии в емблематични локации на Стария Несебър. Местната администрация насърчава развитието на сватбения туризъм чрез рекламни кампании, като остава необходимост от изграждане на цялостна маркетингова стратегия и продуктово позициониране.

Ловният и еко туризмът в общината разчитат на богатия природен фонд и добре поддържана инфраструктура. Държавното ловно стопанство „Несебър“ предлага услуги за организиран лов, включително настаняване, транспорт, обработка на трофеи и водачески услуги. Въпреки добрите условия, маркетингът на този сегмент остава ограничен. Развитието на еко туризма се базира на система от екопътеки и горски маршрути, които се комбинират с водачества, беседи, наблюдение на диви животни и фото-сафари от специално изградени чакала. Изградени заслони като „Кору чешма“ и „Козлука“ позволяват провеждане на дневни походи с възможност за пикници и организирани обеди.

Селският туризъм в момента е в начален етап на развитие, като основната активност е съсредоточена около местни празници и фестивали в по-малките населени

места. Примери за това са празникът на суджука в село Кошарица, празникът на младото вино в село Гюльовца и празникът на хляба в село Оризаре. Частни предприемачи организират демонстрации на традиционни занаяти, дегустации на местна кухня и фолклорни вечери, които обогатяват туристическия продукт, но засега имат сезонен и ограничен характер. За да се постигне устойчиво развитие на този тип туризъм, е необходима ясна концепция за популяризация и интегриране на събитията в общинския културен и туристически календар.

1.4. Развитие на суперструктурата на община Несебър

Оценката на суперструктурата на община Несебър изисква задълбочен анализ на основните ѝ елементи – местата за настаняване и легловата база. За целите на анализа са използвани официални данни от Националния статистически институт, които включват всички категоризирани и функционирали през отчетния период места за настаняване с 10 и повече легла – хотели, къмпинги и други средства за краткосрочно настаняване (туристически и вилни селища, хижи, частни квартири и апартаменти, почивни станции, ваканционни бунгала, къщи за гости и др.) и данни от националния туристически регистър, в т.ч. данните от туристическия регистър на община Несебър.

Изключването на обектите с по-малък капацитет води до известно изкривяване на реалната структура, но все пак данните на НСИ позволяват да се проследят дългосрочните тенденции и да се направят сравнителни изводи.

За периода 2010–2016 г. динамиката на местата за настаняване показва ясно изразен растеж. Докато през 2010 г. те са били 230, шест години по-късно техният брой достига 370, което е увеличение с над 60%. Основният принос за това нарастване имат хотелите, които увеличават дела си от 211 на 277, докато „другата база“ – къщи за гости, квартири и други алтернативни форми – нараства по-умерено (от 19 на 93 обекта). По отношение на легловата база се наблюдава сходна тенденция: от 71 337 легла през 2010 г. тя нараства до 86 772 през 2016 г., като доминиращият дял продължава да се държи от хотелите (82 236 легла), докато в другите средства за настаняване са отчетени 4 536

легла. Тези процеси потвърждават устойчивото развитие на общината като водеща туристическа дестинация, ориентирана към масовия морски рекреативен туризъм, където хотелите остават гръбнак на предлагането.

Периодът след 2016 г. показва нови и донякъде различни тенденции. През 2017 и 2018 г. броят на местата за настаняване продължава да расте, макар и по-умерено, достигайки 383 обекта. През 2019 г. е отчетен пик с 461 функциониращи места за настаняване – най-високата стойност за целия разглеждан период. Този ръст се дължи преди всичко на увеличаването на „другата база“, чиито обекти вече са 159, което показва бързото навлизане на алтернативни форми на настаняване, включително къщи за гости и апартаментни комплекси, стимулирани от платформите за споделено настаняване като Airbnb и Booking. Хотелите също нарастват до 302, но делът им в общата структура започва да се свива за сметка на пара-базата.

Таблица 5. Брой места за настаняване в община Несебър 2010-2024 г.

Места за настаняване	**2010**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Общо:	230	370	368	383	461	319	359	466	458	438
в.т.ч. хотели	211	277	271	268	302	213	246	305	299	290
Друга база	19	93	97	115	159	106	113	161	159	148

Източник: НСИ

Таблица 6. Брой легла в местата за настаняване в община Несебър за периода 2010-2024 г.

Легла	**2010**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Общо, бр.	71337	86772	86255	88761	89663	60887	76229	95109	98226	94328
в т.ч. в хотели.	66960	82236	81564	83352	82889	55393	70602	85066	87729	85185
В друга база	4377	4536	4691	5409	6774	5494	5627	10043	10497	9143

Източник: НСИ

2020 г. бележи рязък спад, както в броя на местата за настаняване, така и в легловата база. Функциониращите обекти намаляват до 319, а леглата – до 60 887, което е над 30% по-малко в сравнение с предходната година. Това се дължи основно на кризата с COVID-19, довела до временно затваряне на значителен брой хотели, особено в големите курортни комплекси. Спадът засяга най-вече хотелите, които отчитат

намаление на капацитета от 82 889 на 55 393 легла. Пара-базата също регистрира понижение, но не в толкова големи размери.

През 2021 г. започва процес на възстановяване, като функциониращите места за настаняване достигат 359, а легловата база – 76 229 легла. Възходящата тенденция продължава и през 2022 г., когато се достига рекорден брой от 466 обекта и 95 109 легла. За първи път „другата база“ надхвърля 10 000 легла, което е повече от двойно увеличение спрямо 2016 г. Тази тенденция ясно показва структурна промяна в общинската туристическа суперструктура, при която алтернативните форми на настаняване придобиват все по-голяма значимост.

През 2023 г. броят на обектите се стабилизира на 458, а легловата база достига нов връх от 98 226 легла. През 2024 г. се отчита лек спад до 438 обекта и 94 328 легла, но като цяло се запазва нивото от рекордните предходни години. Хотелите остават водещи с 85 185 легла, но делът на другите средства за настаняване също е съществен – 9 143 легла, или повече от два пъти спрямо 2010 г.

Сравнението на трите времеви точки – 2010, 2016/2017 и 2023/2024 – очертава отчетливата трансформация на суперструктурата на община Несебър. Ако в началото на периода доминират големите хотели, а другите обекти са почти незабележими, то към настоящия момент картината е значително по-разнообразна. Хотелите продължават да определят капацитета на общината и да са в основата на масовия морски туризъм, но алтернативните форми на настаняване вече имат важен и стабилен дял, което разширява туристическото предлагане и дава възможност за по-голяма сегментация на пазара.

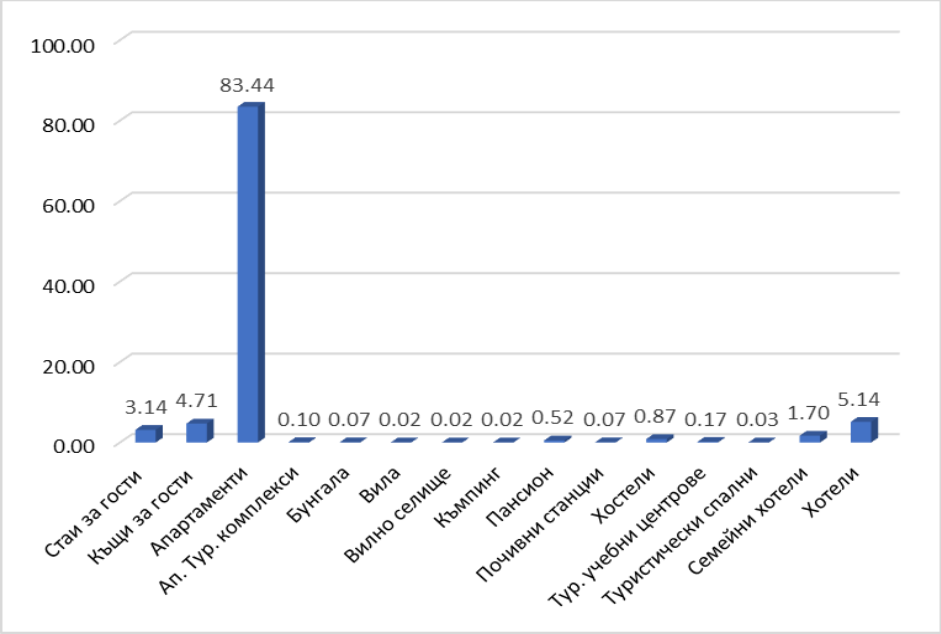
Като цяло за периода 2010–2024 община Несебър почти удвоява броя на местата за настаняване и увеличава легловата база с над 23 хиляди легла. След кризисния период на пандемията, дестинацията показва висока устойчивост и способност за адаптация, а структурните промени в полза на алтернативните обекти са индикатор за модернизация и диверсификация на туристическия продукт.

Съпоставянето между данните на Националния статистически институт и Националния туристически регистър разкрива сериозно несъответствие между двата основни източника на статистическа информация. Докато според НСИ броят на местата

за настаняване в община Несебър през 2024 г. е 438 с капацитет от 94 328 легла, регистърът отчита значително по-голям брой – 5992 обекта с 62 959 стаи и над 142 559 легла. Това разминаване вероятно се дължи на методологични различия – данните на НСИ включват само функциониращите обекти с минимум 10 легла, докато регистърът е по-всеобхватен и обхваща всички категоризирани места за настаняване, независимо от техния размер и моментно състояние на дейност. От тази гледна точка, туристическият регистър предоставя по-широка, макар и не винаги напълно актуална картина, в която наред с хотелите, мотелите, бунгалата, вилните селища и къмпингите, се включват също къщи и стаи за гости, апартаменти под наем и други алтернативни форми на настаняване.

В същото време обаче трябва да се подчертае, че и този регистър не е напълно изчерпателен – в редица случаи липсва информация за капацитета на определени обекти, а други, реално функциониращи места за настаняване, изобщо не фигурират в него. Това налага предпазливост при използването на данните и необходимостта от критична оценка при формиране на обобщени заключения относно капацитета и структурата на туристическата база.

Разглеждайки структурата на местата за настаняване по брой обекти, най-голям дял заемат апартаментите за гости, които представляват 83,44% от всички регистрирани единици. След тях се нареждат стаите за хотелите с 5,14% и къщите за гости с 4,71%. Макар останалите видове настаняване – като апартаментни туристически комплекси, бунгала, мотели, пансиони и вилни селища – да формират съвсем малък относителен дял, тяхното присъствие е индикатор за значително разнообразие на предлагането. Това типологично богатство създава предпоставки за по-голяма гъвкавост и адаптивност на туристическата база спрямо различни предпочитания и потребителски профили. (фиг. 1)

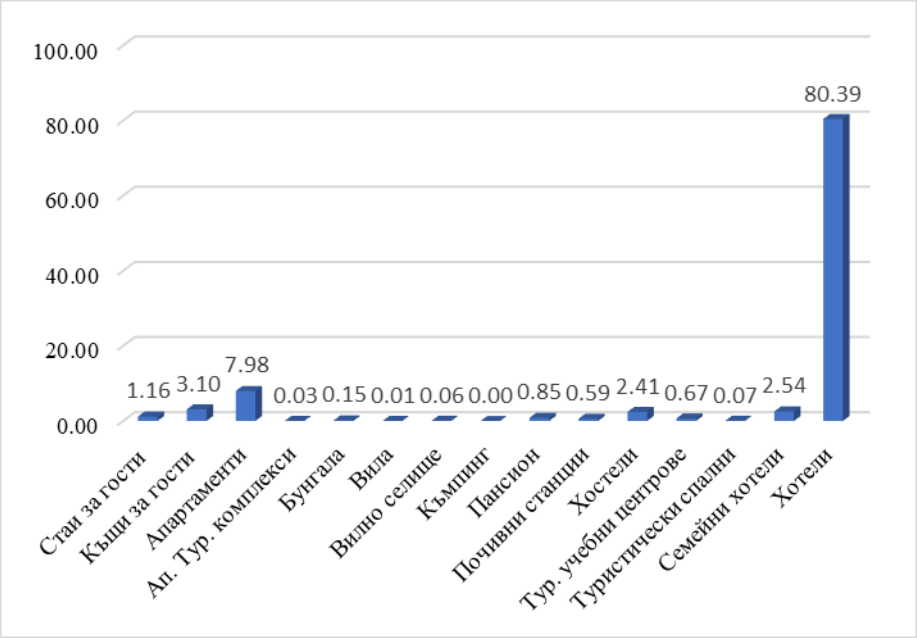


Фигура 1. Структура на местата за настаняване в община Несебър по видове през 2025 (относителен дял на брой обекти в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Съществено значение за характеристиката на туристическата база има не само броят на обектите, но и техният капацитет – измерван чрез броя на стаите и леглата. Именно тук се проявява силно изразена асиметрия между обектова численост и реален капацитет. Макар апартаментите, къщите и стаите за гости да съставляват по-голямата част от настанителната база, значителната част от капацитета е концентрирана в традиционните хотели.

Например, хотелите, които представляват едва 5,14% от обектите, осигуряват над 80% от всички стаи (50 613) и около 75% от леглата (106 717). Това потвърждава, че малък брой, но мащабни обекти обслужват основния туристически поток, докато по-малките и гъвкави форми на настаняване запълват нишови нужди и обогатяват типологията. Сходна структура се наблюдава при хостелите и семейните хотели, които с ограничен брой обекти предлагат капацитет, близък до този на по-разпространени типове. (фиг. 2 и фиг. 3)

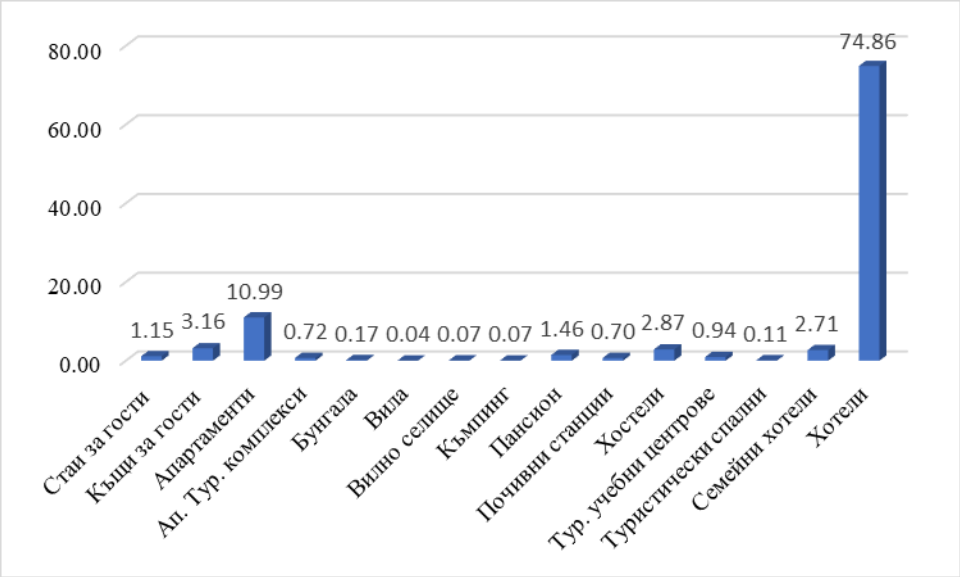


Фигура 2. Структура на местата за настаняване в община Несебър по видове през 2025 (относителен дял на брой стаи в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Впечатление прави и структурната роля на апартаментите, които макар най-многобройни (5000), разполагат с едва 5022 стаи и 15 670 легла – капацитет, съпоставим с този на много по-малобройни обекти. Това свидетелства за индивидуалния и ограничен характер на предлагането при този тип, насочен основно към дългосрочен престой, индивидуални пътувания и семеен туризъм.

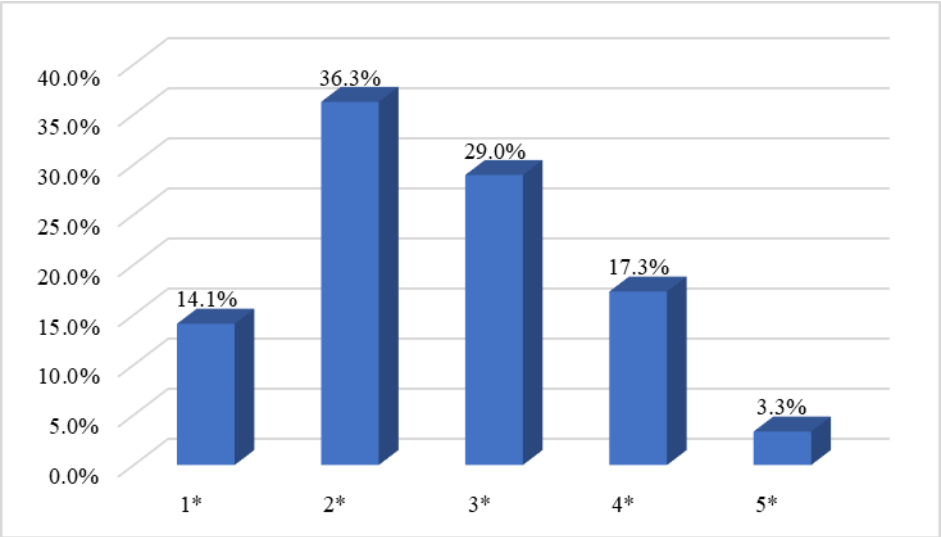
При по-малките обекти – като къщи и стаи за гости, пансиони, учебни бази и бунгала, капацитетът варира значително, но обикновено остава под 1000 легла за вид. Тези форми играят важна роля в разнообразието и локализацията на предлагането, особено в селски, балнео и екотуристически райони.



Фигура 3. Структура на местата за настаняване в община Несебър по видове през 2025 (относителен дял на брой легла в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Разглеждайки местата за настаняване през призмата на категоризацията по звезди, ясно се откроява доминиращата роля на среднокатегорийните обекти, които представляват ядрото на туристическата инфраструктура. Най-голям относителен дял по брой обекти заемат двузвездните места за настаняване – 293 обекта или 36,26% от всички категоризирани. Това се дължи основно на факта, че значителна част от къщите и стаите за гости, както и част от апартаментите, попадат именно в тази категория. Те често предлагат базисни удобства, без допълнителни екстри, но запазват добра конкурентоспособност благодарение на достъпните цени и разнообразни локации. (фиг. 4, фиг. 5 и фиг.6)

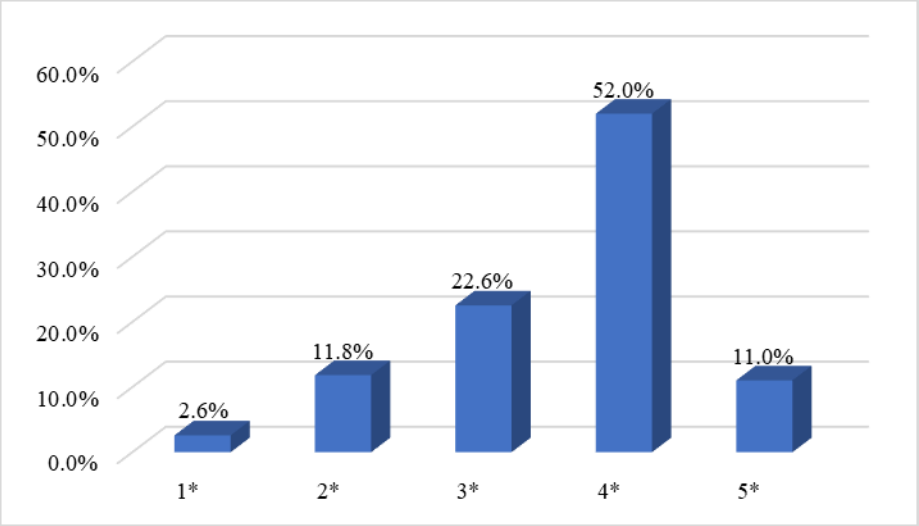


Фигура 4. Структура на местата за настаняване в община Несебър по категория през 2024 г. (относителен дял на брой обекти в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

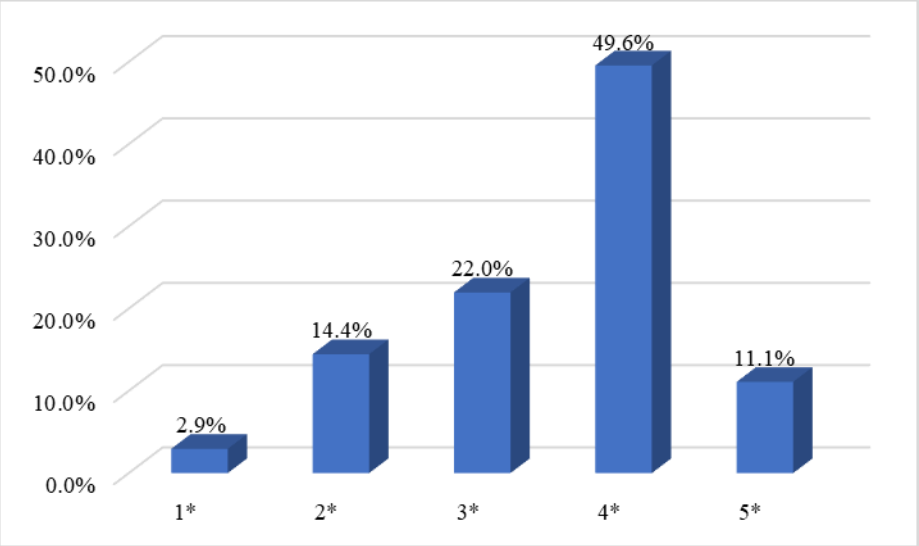
След тях се нареждат три звездните обекти, които съставляват 28,96% от всички – 234 обекта, със значително по-висок капацитет – 13 174 стаи и 28 022 легла. Това показва, че този сегмент вече навлиза в по-организираното и професионализирано предлагане на услуги – с по-добра материална база, по-високо ниво на комфорт и често с наличие на допълнителни удобства като ресторанти, СПА зони и конферентни пространства. Три звездният сегмент е основата на масовия организиран туризъм, особено в крайбрежните и балнеоложките дестинации.

Четиризвездните обекти заемат 17,33% от всички, но се отличават със значително по-голям капацитет: 30 364 стаи и 63 251 легла, което ги поставя на първо място по капацитет сред всички категории. Това подчертава тяхното водещо място в структурата на организирания, пакетен и луксозен туризъм. Въпреки че са почти два пъти по-малко като брой от двузвездните, те осигуряват повече от двойно по-голям капацитет, което показва тяхната ефективност и мащаб. Четиризвездните хотели са съсредоточени основно в утвърдени туристически зони и курорти с висока интензивност на посещения – като к.к. „Слънчев бряг“, к.к. „Златни пясъци“, Велинград, Банско и др.



Фигура 5. Структура на местата за настаняване в община Несебър по категория през 2024 г. (относителен дял на брой стаи в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма



Фигура 6. Структура на местата за настаняване в община Несебър по категория през 2024 г. (относителен дял на брой легла в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Петзвездните места за настаняване са само 27 обекта, или 3,34% от общия брой, но със значим капацитет – 6 445 стаи и 14 152 легла. Това е типичен пример за висока концентрация на лукс в ограничен брой елитни обекти, които играят роля не само в националния, но и в международния туристически пазар. Тези обекти предлагат най-

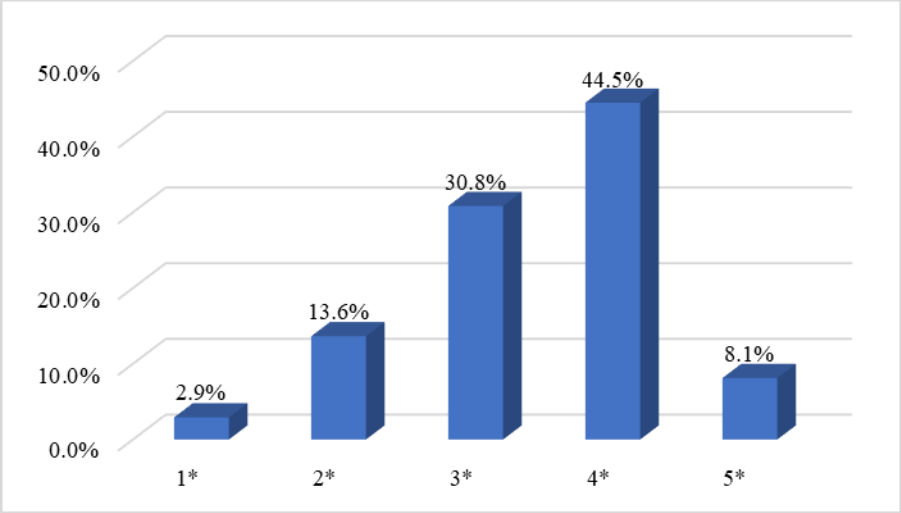
висок клас услуги, включително уелнес и СПА центрове, гурме ресторанти, зони за събития и персонализирано обслужване. Присъствието им е стратегически важно за позиционирането на дестинацията като конкурентна на глобално ниво.

В дъното на разпределението остават еднозвездните обекти – 114 на брой, или 14,11% от всички. Въпреки че по брой надвишават петзвездните, техният капацитет е ограничен – 1 510 стаи и 3 761 легла, което свидетелства за основно локално присъствие с ниска интензивност. Те често се използват от транзитни пътуващи, работници, ученици и туристи с ограничен бюджет. Макар и с нисък стандарт, тези обекти изпълняват важна социална и функционална роля в системата на туристическите услуги.

Като цяло, анализът по категории показва, че няма директна зависимост между броя на обектите и техния капацитет – напротив, структурата е двупластова: от една страна множество по-малки обекти в ниските категории, от друга – ограничен брой големи, висококатегорийни хотели, носещи основната тежест на предлагането. Това създава условия за гъвкава и многослойна туристическа система, която може да отговори на различни пазарни сегменти – от нискобюджетни индивидуални пътувания до луксозен масов туризъм и международни събития.

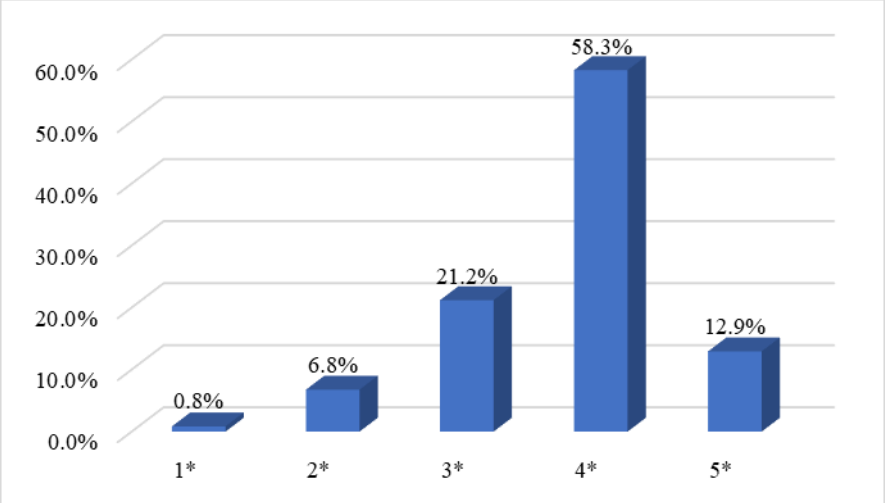
Въпреки подробното разглеждане на структурата на местата за настаняване по видове и категории, необходимо е хотелите да бъдат анализирани отделно като основен и най-представителен елемент на туристическата суперструктура. Причината за това е тяхната водеща роля – именно хотелите концентрират най-голям капацитет, задават стандарти за качество и в най-голяма степен определят имиджа на дестинацията. Те са ключов индикатор за развитието на туризма и за икономическото значение на сектора.

Разпределението на хотелите по категории показва отчетливо доминиране на четиризвездните обекти, които са 137 на брой и формират най-широкия сегмент. На второ място се нареждат тризвездните с 95 обекта, следвани от двузвездните с 42. Петзвездните хотели са относително малко – едва 25, а еднозвездните присъстват с 9, което подчертава тяхното маргинално значение. Това разпределение свидетелства за ориентация към средните и високите категории, докато ниските постепенно губят позиции в пазарната структура. (фиг.7 и фиг.8)



Фигура 7. Структура на хотелите в община Несебър по категории през 2024 г. (относителен дял на брой обекти в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма



Фигура 8. Структура на хотелите в община Несебър по категории през 2024 г. (относителен дял на брой стаи в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Когато обаче се разгледа броят на стаите по категории, се очертава различна картина. Четиризвездните хотели концентрират близо 29 500 стаи, което ги превръща в основен носител на легловата база. На второ място са тризвездните с над 10 700 стаи, а петзвездните, макар и едва 25 обекта, разполагат с повече от 6 500 стаи – значително повече от двузвездните, които имат 3 422. Еднозвездните хотели допринасят едва с 424

стаи, което ги поставя в периферията на системата. Тези данни показват, че висококатегорийните хотели не само задават стандарта, но и реално формират мащаба на предлагането.

Сравнението между броя на обектите и броя на стаите ясно потвърждава, че двата показателя не са взаимозависими и не водят до една и съща аналитична картина. Ниските категории имат относителен дял като брой обекти, но приносът им към легловата база е минимален. Обратно, високите категории – особено четиризвездните – са едновременно водещи като брой обекти и като капацитет, докато петзвездните изпъкват с голям среден капацитет, който надхвърля дела им като брой. В резултат на това хотелите, и по-специално висококатегорийните, се открояват като гръбнак на настанителната система, определящ нейната структура, капацитет и пазарна ориентация.

За да се разбере по-добре как се е формирала настоящата структура и какви процеси са довели до наблюдаваното типологично и категорийно разнообразие, е необходимо да се направи и ретроспективен поглед върху развитието на местата за настаняване през последните три изследвани периода.

В исторически план, сравнено с 2011 г. и 2017г, изменението на структурата на местата за настаняване е както следва (табл. 7)

Таблица 7. Структура по видове и категории на местата за настаняване в община Несебър 2024 г. спрямо 2011 г. (брой обекти)

	1*			**2***			**3***			**4***			**5***		
	2011	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**
Хотели	96	41	9	117	136	42	157	156	95	57	87	137	7	11	25
Ап. за гости		172	0		704	0		2250	0						
Ап. Тур. К-с			0			1		1	2			3			
Вили				2							1		1	1	1
Мотели											1				
Пансиони	2	4	6		17	26	1	3							
Почивни станции	7	4	3	3	1	1									
Стаи за гости	358	393		1378	355		424	436							
Бунгало	4	5		3	3										

Къмпинг	1	1	1												
Къщи за гости	33	43	80	154	143	147	32	32	56						
Семеен хотел			6			54			43						
Туристическа спалня						2									
Тур. учебен център						10									
Вилно селище															1
Хостели		1	6		4	9		7	37						
Общо	501	664	111	1657	1363	292	614	2885	233	57	89	140	8	12	27

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Сравнителният анализ на трите изследвани периода – 2011, 2017 и 2024 г. – разкрива значителна трансформация в структурата и типологията на туристическата база в България. Промените са продиктувани както от нормативната уредба (в частност след въвеждането на Закона за туризма през 2013 г.), така и от динамиката в туристическите търсения и възникването на нови бизнес модели в сферата на настаняването.

През 2011 г. туристическата структура е доминирана от класически обекти като хотели, стайни бази и къщи за гости, с категоризация, концентрирана основно в 1-ва и 2-ра звезда. Стаите за гости, например, са регистрирани в 358 обекта с 1 звезда и 1378 с 2 звезди – общо над 1700 обекта. Хотелите също показват силна концентрация – със 96 обекта с 1 звезда и 117 с 2 звезди. По това време апартаментите за гости не съществуват като регламентирана форма, нито са отчитани статистически.

До 2017 г. настъпват значими промени. Най-съществения скок се наблюдава при апартаментите за гости, които вече са регистрирани в 3126 обекта с категория: 172 с 1 звезда, 704 с 2 звезди и внушителните 2250 с 3 звезди. Това рязко влизане на нов тип обекти в структурата е пряк резултат от регламентирането им със законови промени след 2013 г., и представлява структурен поврат в предлагането – преминаване от класически хотелски модели към по-гъвкави, децентрализирани и индивидуално управлявани форми на настаняване.

Наред с тях се появяват и хостели (1 обект с 1 звезда и 4 с 2 звезди), пансиони (4 с 1 звезда, 17 с 2 звезди, 3 с 3 звезди), семейни хотели, туристически спални и учебни центрове, както и апартаментни туристически комплекси (1 обект с 3 звезди). Това показва трайна тенденция към разнообразяване и разширяване на туристическата инфраструктура, ориентирана към разнообразни стилове на пътуване и клиентски профили – от семейни почивки до младежки туризъм.

Към 2024 г. броят на категоризираните обекти изглежда да спада, но това не е отражение на реален срив, а пряко следствие от регистрирани обекти без попълнена категория. Такъв е случаят с 5000 апартамента за гости, вписани в Националния туристически регистър, но без определена звездна категория – т.е. без преминала категоризационна процедура. Това създава статистически дисбаланс, при който функциониращи обекти реално не се отчитат в категорийното разпределение, въпреки че са активно действащи на пазара.

Въпреки това, някои видове обекти отчитат ръст в бройката си по категоризация – например:

Хотелите с 3, 4 и 5 звезди (съответно 95, 137 и 25 обекта), което подчертава професионализирането и консолидацията на определени сегменти;

- Къщите за гости, които нарастват в категория 1* от 33 през 2011 г. до 80 през 2024 г.;
- Хостелите, които нарастват от 1 до 6 за 1 звезда и от 4 до 9 за 2 звезди;
- Семейните хотели, които вече присъстват с 6 обекта с 1 звезда, 54 с 2 звезди и 43 с 3 звезди;
- Пансионите, които се увеличават до 6 с 1 звезда и 26 с 2 звезди.
- Традиционни структури като вили, почивни станции, бунгала и къмпинги остават с относително стабилни, макар и малки стойности, което поддържа техния нишов и сезонен характер.

Цялата тази динамика показва ясно, че официалната статистика, базирана само на категоризирани обекти, вече не отразява пълноценно реалното състояние на

туристическата база. Растящият дял на некатегоризирани, но действащи обекти (най-често апартаменти) води до разминаване между административния регистър и пазарната реалност. Това налага промени в подхода към наблюдение, регулация и стратегическо планиране на сектора.

При сравнителния анализ на броя на стаите в различните видове места за настаняване през 2011, 2017 и 2024 г. ясно се очертават специфични тенденции. Хотелите продължават да бъдат гръбнакът на туристическата база, като осигуряват най-големия брой стаи във всички изследвани периоди. Макар броят им като обекти да не е толкова голям, именно хотелите концентрират основния капацитет, особено в сегмента на 3-, 4- и 5-звездните, които увеличават значително легловата си база. Така между 2011 и 2024 г. именно висококатегорийните хотели са тези, които формират основния ръст на капацитета.

В контраст с тях, къщите за гости и семейните хотели бележат устойчиво нарастване като брой обекти, но капацитетът им остава ограничен – обичайно под 20 стаи на единица. Тази особеност води до ситуация, при която те заемат значителен дял в общия брой обекти, но реалният им принос към легловата база е сравнително скромен. Подобна е картината и при хостелите, които се появяват в статистиката след 2017 г. и до 2024 г. вече предлагат определен капацитет, но остават нишов продукт, ориентиран към млади хора и краткосрочни посещения.

Традиционни форми като пансиони, почивни станции, бунгала и къмпинги запазват стабилен, но малък капацитет. Те имат сезонен и силно специфичен характер, обслужвайки предимно летни и ученически почивки, както и нискобюджетен туризъм. Вилните селища и туристическите учебни центрове също остават с ограничено значение, макар да поддържат своето място в разнообразието на предлагането.

Таблица 8. Структура по видове и категории на местата за настаняване в община Несебър 2024 г. спрямо 2011 г. (брой стаи)

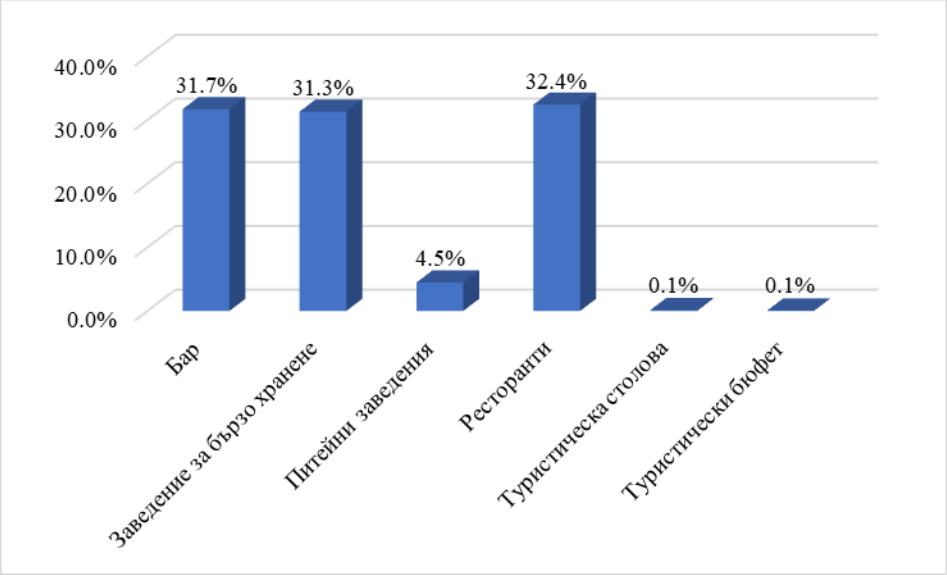
	1*			2*			3*			4*			5*		
	2011	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**
Хотели	5555	2004	424	4663	6353	3422	12055	10153	10724	13324	19793	29497	2282	2582	6546
Ап. за гости		343			1220			3350							
Ап. Тур. К-с						64		109	93			867			
Вили				154							529		27	27	27
Мотели											152				
Пансиони	40	107	87		273	459	20	212							
Почивни станции	321	263	230	273	57	143									
Стаи за гости	982	737		3174	794		855	782							
Бунгало	181	133		35	25										
Къмпинг	47	26	94												
Къщи за гости	301	317	527	1346	1308	1103	296	269	328						
Семеен хотел			56			866			696						
Тур. спалня						46									
Тур. учебен център						419									
Вилно селище															36
Хостели		90	94		61	168		177							
Общо	7427	4020		9645	10091		13226	15052		13324	20474		2309	2609	

Източник: Регистър на Министерство на туризма

В заключение, сравнението по трите периода показва ясно разслоение: хотелите концентрират капацитета, докато къщите за гости и семейните хотели печелят териториално присъствие, но с ограничен брой стаи. Така броят на обектите и броят на стаите не следват една и съща логика – много обекти не означава непременно голям капацитет, а реалната тежест в настанителната база продължава да бъде съсредоточена в ограничен брой големи хотели.

Анализът на местата за настаняване очертава основните тенденции в развитието на туристическата база. За да бъде обаче оценката на суперструктурата на община Несебър цялостна, следва да се обърне внимание и на заведенията за хранене, които в комбинация с настанителните обекти оформят комплексния туристически продукт и имат пряко значение за качеството на туристическото преживяване.

Структурата на заведенията за изхранване в община Несебър разкрива ясно изразена доминация на три основни типа: ресторанти, барове и заведения за бързо хранене. От общо 1546 регистрирани обекта, ресторантите заемат водещо място с 501 обекта, което представлява 32,4% от всички. След тях, почти с равен дял, се нареждат баровете – 490 обекта (31,7%) и заведенията за бързо хранене – 484 обекта (31,3%). Тези три вида обекти формират сърцевината на туристическата гастрономическа инфраструктура, покривайки над 95% от всички заведения в общината. (фиг. 9)



Фигура 9. Структура на ЗХР в община Несебър по вид през 2024 г. (относителен дял на брой обекти в %)

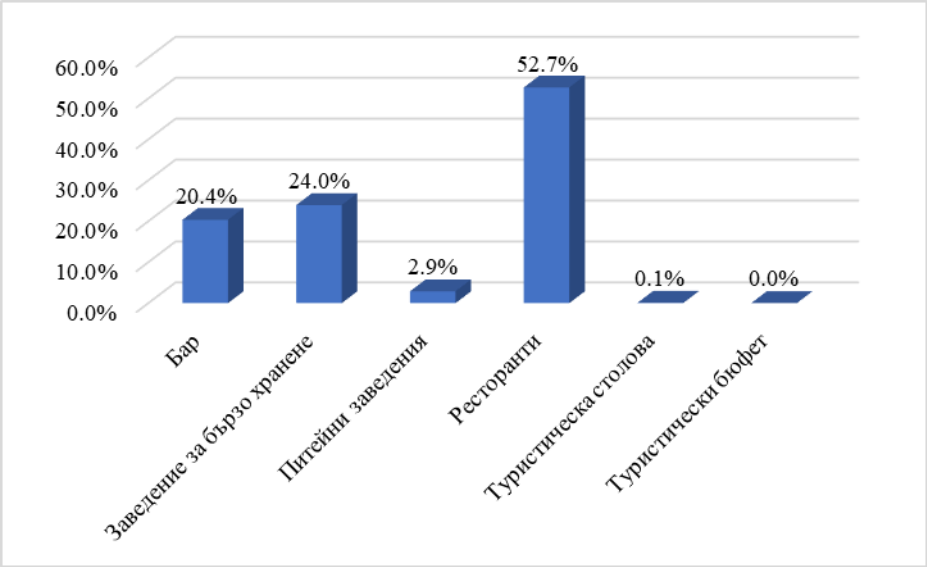
Източник: Регистър на Министерство на туризма

Останалите типове заведения са представени в значително по-малък мащаб. Питейните заведения са само 69, или 4,5% от всички, докато туристическите столови са представени с едва 2 обекта, или 0,13%. Тази структура показва ясно предпочитание към комерсиални, пазарно ориентирани форми на хранене, които отговарят на нуждите на

краткосрочен туристически престой, за сметка на по-социални или институционализирани модели.

От гледна точка на капацитет, ресторантите отново доминират с 85 919 места, което съставлява 52,7% от всички налични места за сядане в общината. Следват заведенията за бързо хранене с 39 060 места (24%) и баровете с 33 191 места (20,4%). Заедно тези три вида осигуряват 97,1% от всички места за изхранване, което подчертава тяхната не само количествена, но и капацитетна значимост.

В дъното на класацията по капацитет са питейните заведения (4 709 места; 2,9%) и туристическите столови (140 места; под 0,1%). Последните, макар и функционално специфични, имат ограничено значение за общия туристически капацитет на дестинацията. (фиг.10)



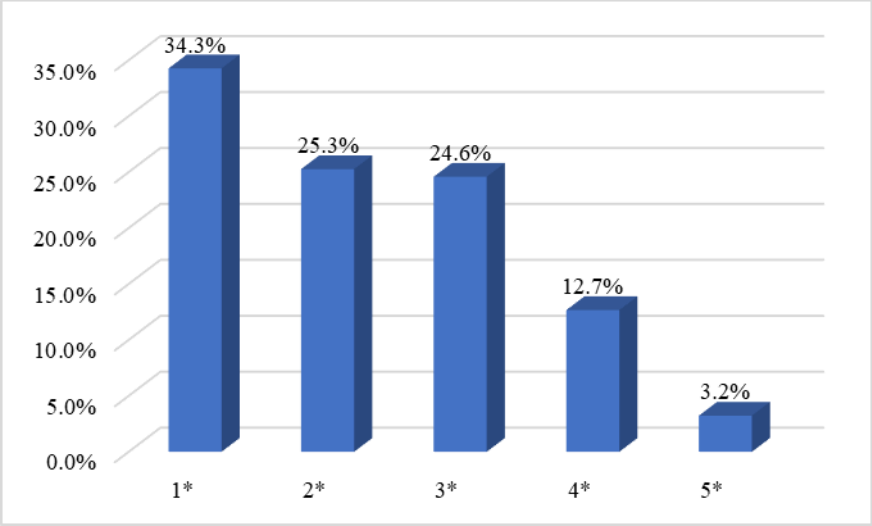
Фигура 10. Структура на ЗХР в община Несебър по вид през 2024 г. (относителен дял на брой места в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Съотношението между брой обекти и брой места варира между типовете. Например, при ресторантите, средният капацитет е приблизително 171 места на обект, докато при баровете е около 68, а при заведенията за бързо хранене – 81 места на обект. Това разкрива различен функционален профил на всеки тип: ресторантите обслужват

масов и често организиран поток, докато баровете и заведенията за бързо хранене са по-подходящи за индивидуални и краткосрочни посещения.

Продължавайки анализа на заведенията за изхранване в община Несебър, следва да се разгледа и тяхното разпределение по категорийна система (звезди). Тази класификация предоставя допълнителна информация за качествените характеристики на предлаганата услуга и е ключов индикатор за позиционирането на общината в различните пазарни сегменти. (фиг. 11)



Фигура 11. Структура на ЗХР в община Несебър по категория през 2024 г. (относителен дял на брой обекти в %)

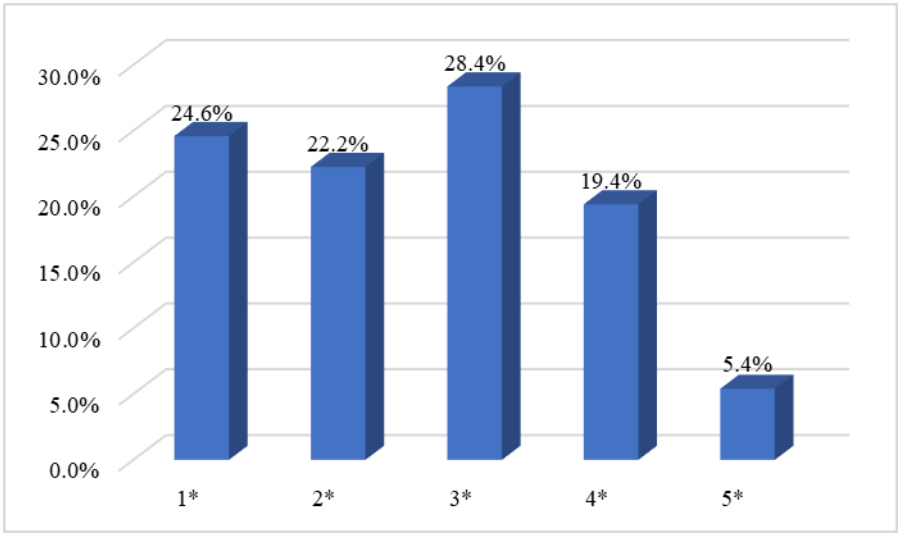
Източник: Регистър на Министерство на туризма

По данни от регистъра, в структурата на категоризираните обекти най-голям дял заемат заведенията с 1 звезда – общо 552 обекта, което съставлява 34,3% от всички категоризирани заведения. Следват двузвездните с 407 обекта (25,3%) и тризвездните с 396 обекта (24,6%). Това показва, че около 3/4 от всички заведения попадат в ниските до средните категории, които обикновено предлагат достъпно обслужване и са предпочитани от широк кръг туристи, включително индивидуални и семейни пътувания.

В по-високите категории, заведенията с 4 звезди са 204 на брой (12,7%), а петзвездните – едва 52 (3,2%). Макар и относително малко, именно тези обекти често са разположени в рамките на луксозни хотелски комплекси и курорти, ориентирани към

по-висок сегмент от туристическата пазарна ниша – включително международни гости, корпоративни клиенти и специализирани събития.

Капацитетното разпределение потвърждава наблюдаваната типологична структура. Тризвездните заведения разполагат с най-голям брой места – 47 086, което представлява 28,4% от всички налични места в системата. На второ място са еднозвездните – 40 830 места (24,6%), следвани от двузвездните с 36 938 места (22,2%). Висококатегорийните заведения също се отличават с относително висок капацитет: четиризвездните осигуряват 32 225 места (19,4%), а петзвездните – 8 960 места (5,4%). (фиг. 12)



Фигура 12. Структура на ЗХР в община Несебър по категория през 2024 г. (относителен дял на брой места в %)

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Средният капацитет на обект варира силно според категорията. Докато при еднозвездните заведения средният брой места е 74 на обект, при три- и четиризвездните той нараства съответно до 119 и 158 места на обект. При петзвездните този показател достига 172 места, което подчертава тяхната специализация в обслужването на по-големи групи, често в рамките на организирани туристически пакети или събития.

Комбинираният анализ по видове и категории заведения за изхранване в община Несебър разкрива силно диверсифицирана структура, в която доминират ресторанти и барове от ниски и средни категории, но се запазва и присъствие на висококатегорийни

заведения с висок капацитет. Това свидетелства за добре балансирана гастрономическа инфраструктура, ориентирана както към масов туризъм, така и към висок клас посетители.

За да се осмисли по-дълбоко наблюдаваната структура и да се проследят нейните тенденции във времето, е необходимо да се направи и ретроспективен преглед на динамиката в развитието на заведенията за хранене по категории. Това позволява да се открояят устойчиви модели, както и да се идентифицират ключови трансформации, настъпили в периода 2011–2024 г.

Ретроспективният анализ на заведенията за хранене по брой обекти за периода 2011–2024 г. показва отчетливо преструктуриране в категорийното разпределение. При ресторантите се наблюдава намаляване макар и малко на ниските категории – броят на 1★ обектите спада от 113 през 2011 г. на 102 през 2024 г., а на 2★ ресторантите – от 205 на 141. В същото време високите категории увеличават своето присъствие: ресторантите с 4★ нарастват от 28 на 84, а 5★ се утвърждават като стабилен, макар и ограничен сегмент с ръст от 5 на 26 обекта. Подобна тенденция се наблюдава и при баровете – обектите с 1★ и 2★ намаляват повече от три пъти, докато броят на 3★ и 4★ баровете се увеличава. Кафе-сладкарниците представляват особено показателен пример: докато през 2011 г. почти всички са в ниските категории, през 2024 г. вече се появяват и 4★ и 5★ обекти, което свидетелства за преструктуриране към по-високо качество и нова пазарна ниша. Заведенията за бързо хранене бележат разнопосочна динамика – има увеличение както в 1★ така и в 3★, докато при 2★ се наблюдава спад.

Картината при броя на местата до голяма степен потвърждава тази тенденция, но добавя важни нюанси. Ресторантите с 1★ намаляват значително по капацитет – от над 13 000 места през 2011 г. до под 10 000 през 2024 г., докато 4★ ресторантите увеличават местата си от около 7 283 на повече от 20 000. Петзвездните ресторанти, макар и ограничен брой, концентрират над 6 000 места към 2024 г., което е значително повече спрямо началото на периода. При баровете броят на местата в ниските категории

намалява почти три пъти, при 3★ остава относително стабилен, а при 4★ и 5★ наблюдаваме значително увеличение между два и три пъти. Особено интересна е динамиката при кафе-сладкарниците: при 1★ увеличаването на броя на обектите съответства на увеличаване на броя на местата, докато при 2★ и 3★ има увеличение на броя на обектите но намаляване на броя на местата. При заведенията за бързо хранене се регистрира ръст на броя на местата в 1★ и 3★ сегмента, докато 2★ губят позиции.

Сравнението между броя на обектите и броя на местата разкрива някои съществени разминавания. При ресторантите нарастването на висококатегорийните обекти е съпроводено с ръст на местата, което говори за консолидация и разширяване на капацитета. При баровете тенденцията е по-различна – категория 1★ и 2★ отчитат рязък спад по брой обекти и места, докато категория 3★ запазва и дори увеличава броя на обектите, което я прави най-многобройната група. Въпреки това общият капацитет остава относително равномерен в сравнение с по-малкия брой 4★ барове, които с по-малко обекти постигат почти същия брой места. Това показва, че 4★ барове са с по-голям среден капацитет, докато 3★ се развиват чрез брой.

В заключение, за периода 2011–2024 г. заведенията за хранене преминават през отчетлива трансформация: ниските категории (1★ и 2★) губят позиции както като брой обекти, така и като капацитет, докато високите категории (4★ и 5★) се разширяват и в двете измерения. Тази тенденция е най-ясно изразена при ресторантите и кафе-сладкарниците, където преструктурирането към по-високо качество е съпроводено и с увеличаване на местата. Баровете запазват по-скоро стабилна структура в средната категория, докато заведенията за бързо хранене показват най-малка динамика и запазват концентрацията си в ниските категории. В крайна сметка, структурата на заведенията за хранене се хомогенизира в посока на повишаване на стандарта и изместване на ниските категории, което отразява промяната в потребителското търсене и повишените изисквания към качеството на услугите.

Таблица 9. Структура по видове и категории на ЗХР в община Несебър през 2024г. спрямо 2011г. (брой обекти)

	1*			2*			3*			4*			5*		
	2011	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**
Ресторанти	113	95	102	205	203	141	113	152	145	28	60	84	5	7	26
Барове	205	89	63	274	145	88	155	155	200	50	75	113	6	8	25
Кафе-сладкарница	9	37	41	15	33	19	5	6	6			4			1
Заведения за бързо хранене	276	231	306	168	168	134	15	19	41	1	2				
Питейни заведения	39	39	40	25	23	22	5	3	4	2	2	3			
Туристически бюфет						1									
Туристическа столова						2									
Общо	642	491	552	687	572	407	293	335	396	81	139	204	11	15	52

Източник: Регистър на Министерство на туризма

Таблица 10. Структура по видове и категории на ЗХР в община Несебър 2024г. спрямо 2011г. (брой места)

	1*			2*			3*			4*			5*		
	2011	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**	**2011**	**2017**	**2024**
Ресторанти	13948	11624	9998	25161	26352	16928	24952	32140	31333	7283	15649	20906	1162	1272	6466
Барове	10406	3749	3242	18784	9892	6012	10741	10791	10859	4418	7001	10574	705	676	2454
Кафе-сладкарница	472	1567	1850	1298	1837	929	517	577	324			315			40
Заведения за бързо хранене	22151	17762	23377	14437	13448	11448	1550	2598	4085	150	270				
Питейни заведения	3219	2344	2363	1546	1391	1431	430	340	485	260	380	430			
Туристически бюфет						50									
Туристическа столова						140									
Общо	52207	39063	40830	61226	52920	36938	38190	46446	47086	12111	23300	32225	1867	1948	8960

Източник: Регистър на Министерство на туризма

На основата на извършения детайлен анализ на местата за настаняване и заведенията за изхранване в община Несебър, могат да се формулират няколко ключови изводи, очертаващи настоящия профил и дългосрочната динамика на туристическата суперструктура в дестинацията.

Първо, местата за настаняване демонстрират дълбока структурна трансформация както по видове, така и по категории. През последното десетилетие се наблюдава преминаване от доминирана от класически хотели база към все по-широко разпространение на гъвкави, индивидуално управлявани форми като апартаменти за гости, стаи под наем и къщи за гости. Макар хотелите да остават основният носител на легловия капацитет, броят на по-малки, но функционално разнородни обекти нараства значително, което говори за силна диверсификация и демократизация на предлагането.

Категорийното разпределение потвърждава тази тенденция – най-голям дял от обектите попадат в дву- и тризвездния сегмент, който предлага приемливо съотношение между цена и качество и е предпочитан от широката маса туристи. В същото време обаче се наблюдава и стабилен ръст на четиризвездните и петзвездните хотели, които осигуряват значителен капацитет и формират високия стандарт на дестинацията, особено в курортни ядра като к.к. „Слънчев бряг“. Това двойно ядро – от масови, среднокатегорийни обекти и висококатегорийни комплекси – осигурява висока сегментна гъвкавост на настанителния пазар и го прави устойчив спрямо външни шокове и промени в търсенето.

Особено важен аспект е наблюдаваният статистически дисбаланс между официалните данни на НСИ и Националния туристически регистър, особено по отношение на апартаментите за гости без категория – над 5000 такива обекта не са отчетени в категорийните разпределения, въпреки че реално функционират. Това поставя под въпрос пълнотата на официалната статистика и налага по-интегриран подход при анализ на структурата, който отчита и тенденциите в сивия сектор и пара-базата.

Второ, заведенията за хранене също преминават през процес на трансформация, макар и по-умерен в сравнение с местата за настаняване. Налице е ясна преориентация

към средните и високите категории, както по брой обекти, така и по капацитет. Заведенията с 3 и 4 звезди вече доминират в капацитетната структура, докато обектите от ниските категории постепенно губят позиции. Това движение нагоре в категорийното разпределение е знак за професионализация на гастрономическите услуги и стремеж към по-високо качество, съответстващо на профила на туристите и стандарта на местата за настаняване.

Типологично, ресторантите, баровете и заведенията за бързо хранене съставляват над 90% от всички обекти, като ресторантите водят не само по брой, но и по капацитет. Разнообразието по видове заведения гарантира широка палитра от гастрономически изживявания, съобразени както с ол-инклузив туристите, така и с индивидуалните посетители, търсещи гъвкаво или нишово хранене. Интересен акцент е, че заведенията за бързо хранене запазват относително висок дял, което кореспондира с по-ниската категория на значителна част от местата за настаняване, както и с нарастващото търсене на евтини и бързи опции извън хотелската инфраструктура.

Трето, капацитетното развитие на заведенията и местата за настаняване показва висока степен на адаптация към сезонността, която е типична за черноморските дестинации. В стремеж да компенсират скъсения експлоатационен период, редица обекти – особено в четиризвездния сегмент – увеличават своя капацитет, като по този начин постигат икономии от мащаба и по-добра възвръщаемост. Това стратегическо адаптиране говори за зрялост на туристическия бизнес в общината.

В контекста на направените наблюдения и количествени характеристики, се открояват няколко съществени извода, които очертават развитието и спецификите на туристическата суперструктура в община Несебър:

- Дестинацията демонстрира висок индекс на структурна комплексност – съчетава широк спектър от типове и категории обекти, което ѝ позволява да обслужва разнообразни туристически сегменти – от масови до елитни.

- Хотелите остават гръбнакът на предлагането, но нарастващата роля на апартаменти, къщи и стаи за гости разширява гъвкавостта и географския обхват на туризма.
- Гастрономическата инфраструктура се развива в синхрон с настанителната база, поддържайки балансирано съотношение между капацитет и качество, и ориентирана както към организирания, така и към индивидуалния туризъм.
- Регистрираният дисбаланс между статистическите източници (НСИ и НТР) показва нуждата от по-добра координация и актуализация на базите данни, както и от разширен мониторинг на реално функциониращите обекти.
- Общината успешно съчетава количествен растеж с качествено преструктуриране, което е белег за стратегическо развитие и устойчивост на туристическия сектор.

1.5. Туристическа индустрия на територията на община Несебър

Туристическата индустрия продължава да бъде водещ двигател в икономическото развитие на община Несебър. Наличието на благоприятни природни дадености, утвърден имидж като курортна дестинация и стабилно изградена инфраструктура благоприятстват дългосрочното привличане на инвестиции и насърчават предприемаческата активност в сектора.

Важно е обаче да се отчетат определени методологични ограничения, които съпътстват анализа на туристическия отрасъл на местно ниво. Националната статистическа система към момента не разграничава туризма като самостоятелен стопански сектор в пълния му обхват – наблюдението е съсредоточено предимно върху дейностите „хотелиерство“ и „ресторантьорство“, докато други съществени елементи като туроператорска и агентска дейност, туристически транспорт, развлечения, спорт, СПА и уелнес остават извън системното отчитане. Допълнително, липсва статистическа рамка за оценка на икономическия принос на туризма на общинско ниво по метода на сателитните сметки. В резултат, официално оповестените данни по основни показатели

нерядко се разминават с реалната пазарна активност, особено в региони със силно изразена сезонност и динамично развиващи се нови форми на туристическо предлагане.

Независимо от тези ограничения, обобщените данни за *нетните приходи от продажби* на нефинансовите предприятия в община Несебър за периода 2017–2023 г. (табл. 11) ясно подчертават водещата роля на хотелиерския и ресторантьорския сектор. През 2017 г. този сектор реализира приходи в размер на 425,3 милиона лева, което представлява 35,6% от общите нетни приходи на нефинансовите предприятия в общината. Тази тенденция на доминация се запазва през целия анализиран период – с ръст до 501,8 млн. лв. през 2019 г. и последвал спад до 184,9 млн. лв. през 2020 г. под въздействието на пандемията от COVID-19. Въпреки този шок, секторът демонстрира висока адаптивност и възстановителен капацитет, като още през 2021 г. приходите достигат 338,1 млн. лв., а през 2023 г. се регистрира абсолютен пик от 729,6 млн. лв., което представлява 41,4% от общите приходи в общината.

Секторът на търговията и ремонта на автомобили заема второ място със 555,9 млн. лв. през 2023 г. (31,5%), като неговото развитие е до голяма степен зависимо от туристическия поток. Това подчертава мултиплициращия ефект на туризма върху местната икономика, надхвърлящ преките приходи от нощувки и хранене. Сектори като култура, спорт и развлечения също бележат ръст, достигайки 81,8 млн. лв. през 2023 г. – индикатор за разширяване на туристическото предлагане към алтернативни форми на туризъм.

Таблица 11. Динамика на нетни приходи от продажби на нефинансовите предприятия в община Несебър за периода 2017 - 2023 г. по икономически дейности (в хиляди)

Икономически дейности	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Общо	**1192789**	**1323207**	**1315894**	**632874**	**981839**	**1510414**	**1762534**
Селско, горско и рибно стопанство	13833	14070	14713	8343	20654	23938	19456
Добивна промишленост	-	..	..	..	-	..	..
Преработваща промишленост	30324	32299	29979	23836	23756	30286	34763
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	..	..	..	..	..	..	1632

Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	..	864	2837	1500	1977	..	..
Строителство	105363	121260	148928	85232	110386	123115	113279
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	391825	421713	398696	216198	308786	449569	555977
Транспорт, складиране и пощи	27408	28817	29840	20145	28013	29015	30208
Хотелиерство и ресторантьорство	**425321**	**483239**	**501841**	**184967**	**338100**	**624758**	**729596**
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	2767	2895	5710	7779	15347	12718	23745
Операции с недвижими имоти	51244	46981	53304	26143	42422	59845	71993
Професионални дейности и научни изследвания	11088	14244	12157	11248	11673	20312	21082
Административни и спомагателни дейности	24434	29829	20840	8249	17328	19781	29906
Образование	231	..	..	145	..	343	556
Хуманно здравеопазване и социална работа	17537	20221	20057	14962	19967	24478	31709
Култура, спорт и развлечения	82058	96502	67920	17889	34436	75729	81854
Други дейности	6433	8207	6878	4142	6561	8186	9706

Източник: НСИ

В същото време, строителството – традиционно важен отрасъл в крайморските общини – отбелязва относителен спад: от 148,9 млн. лв. през 2019 г. до 113 млн. лв. през 2023 г. Това вероятно е резултат от пренасищане на новото строителство и отчасти сигнализира за трансформация към инвестиции в качествено поддържане, реновиране и устойчиво използване на съществуващия туристически капацитет.

Функционирането и резултатите на туристическата индустрия в община Несебър се характеризират и чрез показателите за дейността на местата за настаняване (табл. 12).

Таблица 12. Динамика и структура на основните показатели за дейността на предприятията от нефинансовия сектор в община Несебър за периода 2017-2023 г.

	2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Предприятия общо, бр.	5378	5510	5339	4234	4301	4760	5010
в т.ч. хотели и ресторанти	1144	1194	1154	993	963	1052	1077
отн. дял, %	21%	22%	22%	23%	22%	22%	21%

Приходи от дейността (хил.лв.)							
Обща сума	1353141	1488121	1493067	785108	115980 9	1778532	1953281
в т.ч. от хотели и ресторанти	471584	528801	540166	225542	390998	754872	779735
отн. дял, %	35%	36%	36%	29%	34%	42%	40%
Нетни приходи от продажби (хил.лв.)							
Обща сума	1192789	1323207	1315894	632874	981839	1510414	1762534
в т.ч. от хотели и ресторанти	425321	483239	501841	184967	338100	624758	729596
отн. дял, %	36%	37%	38%	29%	34%	41%	41%
Дълготрайни материални активи (хил.лв.)							
Обща сума	1466566	1435196	1454753	1393473	1394923	1661273	1684610
в т.ч. от хотели и ресторанти	762858	814612	879213	844016	851509	1109634	1080212
отн. дял, %	52%	57%	60%	61%	61%	67%	64%

Източник: НСИ

От данните в таблица 12 е видно че през 2017 г. предприятията от хотелиерството и ресторантьорството съставляват 21,27% от всички нефинансови предприятия в общината. Този дял остава относително стабилен през следващите години – с леко покачване до 23,45% през 2020 г., когато общият брой предприятия в общината намалява значително поради кризисните ефекти от пандемията. Към 2023 г. делът на ХР предприятията е 21,5%, което потвърждава стабилната тежест на сектора в местната бизнес среда, независимо от общата колебливост на икономиката.

Приходите от дейност на предприятията в сектора също очертават устойчива и възходяща тенденция, с изключение на 2020 г. През 2017 г. те възлизат на 471,6 млн. лв. и нарастват до 540,2 млн. лв. през 2019 г. Годината на кризата води до спад с над 50%, до 225,5 млн. лв., но още през 2021 г. приходите се удвояват (390,9 млн. лв.), а към 2023 г. вече достигат 779,7 млн. лв. Това не само надхвърля предкризисните равнища, но и поставя сектора като абсолютен лидер в динамиката на приходния растеж в общината. Относителният дял на ХР в общите приходи на нефинансовите предприятия нараства от

34,85% през 2017 г. до внушителните 42,44% през 2022 г., след което остава стабилно висок – 39,92% през 2023

Изключително показателен е и показателят за стойността на дълготрайните материални активи (ДМА), който отразява обема на капиталовите инвестиции и материалната база на стопанските субекти. През 2017 г. предприятията от ХР сектора притежават ДМА на стойност 762,9 млн. лв., което съставлява 52,02% от всички ДМА в нефинансовия сектор в общината. През следващите години този дял нараства, достигайки 66,79% през 2022 г. и остава висок (64,12%) през 2023 г. Това недвусмислено потвърждава, че основната част от инвестиционната активност в Несебър е съсредоточена именно в сферата на туризма, особено в неговите материални носители – хотели, ресторанти, заведения, СПА комплекси и други туристически съоръжения.

Като цяло, анализът на основните икономически показатели ясно показва, че хотелиерството и ресторантьорството в община Несебър не само заемат водещо място в структурата на местната икономика, но и формират устойчив двигател на растеж и възстановяване. Секторът демонстрира както гъвкавост спрямо кризисни ситуации, така и способност за ускорена експанзия в благоприятни икономически условия. Повишаването на относителния дял по всички разгледани показатели – брой предприятия, приходи от дейност, нетни приходи и ДМА – е доказателство за стратегическата роля на туризма в икономическия профил на общината и ключово звено в нейната дългосрочна устойчивост и конкурентоспособност.

Функционирането и резултатите на туристическата индустрия в община Несебър се характеризират и чрез показателите за дейността на местата за настаняване (табл. 13).

Общият брой леглоденонощия, който представлява произведението между капацитета и броя на календарните дни в годината, се увеличава значително в периода от 2011 до 2024 г. – от приблизително 9,27 милиона на над 12,3 милиона, което показва ръст от над 32%. Това нарастване отразява не само чисто количествени изменения в капацитета, но и постепенно разширяване на сезонното използване, въпреки че дестинацията продължава да се характеризира със силна сезонност. През 2020 г., под

въздействието на пандемията, леглоденонощията спадат драстично до около 6 милиона, но още през 2022 г. се възстановяват до предкризисните нива.

Реализираните нощувки следват сходна динамика. От 5,33 милиона през 2011 г., броят им достига 7,19 милиона през 2024 г., като основният принос идва от чуждестранни туристи, чийто дял остава стабилно над 80%. Това затвърждава позицията на община Несебър като международна туристическа дестинация с устойчив входящ поток от чужденци. Броят на нощувките, реализирани от български граждани, също нараства, като се удвоява спрямо началния период – от 508 хиляди през 2011 г. до над 1,28 милиона през 2024 г. Това е важна тенденция, особено на фона на засиленото вътрешно потребление по време на пандемията, когато пътуванията в страната заместиха частично международните пътувания.

Таблица 13. Дейност на местата за настаняване в община Несебър за периода 2017 – 2023 г.

	2011	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Легла общо - бр.	73166	86255	88761	89663	60887	76229	95109	98226	94328
Леглоденонощия - бр.	9268634	11948238	12204045	12602196	6077046	9049408	12928565	13068218	12349285
Реализирани нощувки - бр.	5333722	6950638	7116405	7345946	2082069	4311345	6477838	7010340	7191063
в т.ч. от чужденци - бр.	4825159	6334257	6488854	6690845	1243481	3091351	5230626	5653180	5911004
в т. ч. от българи - бр.	508563	616381	627551	655101	838588	1219994	1247212	1357160	1280059
Експлоатационна заетост на легловата база, % (НИКЛБ)	57.55%	58.17%	58.31%	58.29%	34.26%	47.64%	50.10%	53.64%	58.23%
Годишна заетост на легловата база, %	19.97	22.08	21.97	22.45	9.37	15.50	18.66	19.55	20.89
Пренощували лица - бр.	757420	1092621	1151998	1277190	443223	871362	1220596	1348966	1410469
в т.ч. от чужденци - бр.	644030	943581	998668	1104629	226590	565083	906423	1007745	1066281
в т. ч. от българи - бр.	113390	149040	153330	172561	216633	306279	314173	341221	344188
Среден брой нощувки на 1 лице	7.0	6.36	6.18	5.75	4.70	4.95	5.31	5.20	5.10
Ср. бр. нощувки на 1 чуждест. турист	7.5	6.71	6.50	6.06	5.49	5.47	5.77	5.61	5.54
Ср. бр. нощувки на 1 бълг. турист	4.5	4.14	4.09	3.80	3.87	3.98	3.97	3.98	3.72
Приходи от нощувки - хил. лв.	198958	366472	393689	423980	117043	278259	458372	535875	611180
в т.ч. от чужденци	180076	342308	369431	394358	77853	214320	383796	450044	505984

в т. ч. от българи	18882	24164	24258	29622	39190	63939	74576	85831	105196
Приходи от 1 нощувка - лв.	37.30	52.72	55.32	57.72	56.21	64.54	70.76	76.44	84.99
в т.ч. от 1 нощувка на чужденец	37.32	54.04	56.93	58.94	62.61	69.33	73.37	79.61	85.60
в т.ч. от 1 нощувка на българин	37.13	39.20	38.66	45.22	46.73	52.41	59.79	63.24	82.18
Приходи от 1 пренощувал турист - лв.	262.68	335.41	341.74	331.96	264.07	319.34	375.53	397.25	433.32
в т.ч.от 1 пренощувал чужденец	279.61	362.78	369.92	357.00	343.59	379.27	423.42	446.59	474.53
в т.ч. от 1 пренощувал българин	166.52	162.13	158.21	171.66	180.91	208.76	237.37	251.54	305.64

Източник: НСИ

По отношение на ефективността на използване на капацитета, експлоатационната заетост на легловата база (изчислена спрямо сезонното функциониране) се запазва около 58% в най-силните години, но бележи спад до 34% през 2020 г. Възстановяването е устойчиво, като през 2024 г. стойността достига 58,2%, което е дори малко над нивото от 2011 г. Годишната заетост, която отчита реалното натоварване спрямо календарната година, остава по-ниска – между 19% и 22% в различни години – което отново подчертава доминиращата сезонна експлоатация на туристическата инфраструктура в общината.

Броят на пренощувалите лица почти се удвоява – от около 757 хиляди през 2011 г. до над 1,41 милиона през 2024 г. Тази тенденция е силно положителна и подсказва не само възстановяване на туристопотока, но и неговото разширяване. При това, докато броят на пренощувалите чужденци се увеличава с приблизително 65%, броят на българските посетители нараства близо тройно – от 113 хиляди на 344 хиляди.

Същевременно, средната продължителност на престоя се съкращава – от над 7 дни на турист през 2011 г. до около 5,1 дни през 2024 г., с още по-кратки стойности за българите (3,7 дни). Това потвърждава утвърдената в международната практика тенденция към по-чести, но по-кратки пътувания, в синхрон с динамичните модели на потребление.

Икономическите показатели разкриват особено силен ръст. Приходите от нощувки нарастват от 198,9 милиона лева през 2011 г. до над 611 милиона лева през 2024 г., като почти 83% от тях са реализирани от чужденци. Този ръст – над трикратен за периода – се дължи както на увеличението на броя туристи, така и на покачване на средната цена на нощувка. Средният приход от една нощувка се увеличава от 37,30 лв. на 84,99 лв., което представлява повече от двоен ръст. Забележителен е и ръстът в приходите от нощувка на български турист – от 37,13 лв. през 2011 г. на 82,18 лв. през 2024 г., което свидетелства за повишена покупателна способност и засилено вътрешно търсене.

Приходите от един пренощувал турист също показват висока положителна динамика – от 262,67 лв. на 433,31 лв. за периода. При чужденците този показател достига почти 475 лв. през 2024 г., докато при българите – над 305 лв. Това съотношение се запазва стабилно, но намалява леко през последните години, което показва известна конвергенция между двата потребителски профила.

На фона на цялостната положителна динамика в почти всички анализирани показатели, се открояват няколко важни тенденции, които характеризират съвременната туристическа реалност на община Несебър:

На първо място, туристическата индустрия в региона показва висока устойчивост и адаптивност, особено в периода след COVID-19, като възстановява както обемите, така и приходите.

На второ място, постепенното увеличаване на вътрешния пазар играе съществена роля за стабилизирането на сектора.

На трето място, устойчивото нарастване на приходите от един турист и от една нощувка потвърждава стратегическа ориентация към повишаване на добавената стойност на услугите, а не само на обемите.

И не на последно място, въпреки напредъка, сезонността продължава да ограничава годишната заетост и остава ключово предизвикателство за пълното оползотворяване на туристическия потенциал.

1.6. Партньорство на заинтересованите страни за развитие на туризма

Община Несебър представлява административно-териториална единица с център град Несебър, като включва още 13 населени места. Осем от тях са административни центрове на кметства: градовете Обзор и Свети Влас, както и селата Равда, Оризаре, Гюльовца, Кошарица, Тънково и Баня. Останалите пет населени места – Паницово, Раковсково, Приселци, Козница и Емона – не разполагат с административен статут на кметство, но са част от общинската територия.

Управленската структура се формира съгласно Закона за местното самоуправление и местната администрация, като орган на местното самоуправление е Общинският съвет. В Несебър той се състои от 21 общински съветници. Дейността му се организира чрез постоянни комисии, сред които особено значение за развитието на туризма има Комисията по култура, туризъм, спорт, рекламна дейност и международно сътрудничество. Именно тази комисия разглежда и предлага решения, свързани с развитието на туристическия сектор и с политиките за опазване и популяризиране на културното наследство.

Кметът на общината, заедно със своя екип, носи отговорност за прилагането на нормативните разпоредби, включително чл. 12, 13 и 14 от Закона за туризма. В структурата на администрацията е изграден ресорен заместник-кмет с отговорности по туризма и търговията. Сред водещите функции на кмета в туристическия сектор са възлагането и контрола върху изпълнението на общинската програма за развитие на туризма, ръководството на Консултативния съвет по туризма, поддържането на Общинската експертна комисия по категоризация на туристически обекти, както и поддържането на общинския регистър на категоризираните туристически обекти, който е част от Националния туристически регистър. Общинския съвет ежегодно определя размера на туристическия данък след консултации и обществени обсъждания, а кметът подготвя и подава статистическа информация към Министерството на туризма, и участва в реализацията на национални и международни проекти, включително по линия на европейското финансиране. Той също така има контролни функции по отношение на туристическите обекти и оператори на територията на общината.

Консултативният съвет по туризма функционира съгласно правилник, утвърден със заповед на кмета. В състава му влизат представители както на общинската администрация, така и на туристическия бизнес и професионални организации. От страна на администрацията участие вземат ресорният заместник-кмет, директорът на музей „Старинен Несебър“, представители на отделите по местни данъци, категоризация и култура. От страна на бизнеса членуват представители на Съюза на собствениците, на местни туроператори, транспортни фирми и хотелиери. През последните години заседанията на съвета са насочени основно към актуализации на туристическия данък, въвеждане на нови регулации и обсъждане на предложения за развитие на дестинацията.

В съответствие със Закона за туризма е създадена и Общинска експертна комисия по категоризация, в която участват представители на администрацията и на местните туристически сдружения. Комисията разглежда заявления за категоризация на места за настаняване, заведения за хранене и развлечение и други туристически обекти, и изготвя предложения до Общинския съвет за утвърждаване или промяна на категорията им.

В структурата на общинската администрация функционират специализирани звена, сред които отделите „Категоризация на туристически обекти“ и „Несебър – Световно наследство, туристическа реклама и култура“, както и дирекцията „Управление на проекти по еврофондове и екология“. Отделът, отговарящ за туризма, изпълнява множество функции – от администриране на процесите по категоризация и поддържане на регистрите, до провеждане на рекламни кампании, координация с държавни органи и управление на дейността на туристическите информационни центрове.

Община Несебър поддържа туристически информационни центрове (ТИЦ) както в Старинния град (ул. „Месамбрия“ №19), така и в сградата на Центъра за култура и образование „Артиум“. В тях се предоставя актуална информация за туристически обекти, събития, транспорт и места за настаняване. Информационните материали са налични на български, английски, немски и руски език и обхващат цялата територия на общината – включително Несебър, Слънчев бряг, Обзор, Свети Влас и Равда.

Община Несебър активно участва в мрежи за регионално и национално

сътрудничество. През 2018 г. тя е съучредител на Туристически район „Южно Черноморие“, обединяващ общините от Бургаска област с цел обща реклама и участие в проекти с външно финансиране. Членува също така в Асоциация „Бургаски залив“ и в други регионални туристически структури. На местно ниво функционират няколко значими неправителствени организации – „Съюз на собствениците – Слънчев бряг“, „Клуб на хотелиерите – Несебър“, „Бизнес асоциация Слънчев бряг“, както и фондация „Подкрепа България“. Тези структури участват в консултативни органи, обсъждат нормативни документи и съвместно реализират инициативи за развитие на туризма.

Международната активност на общината също е значителна. През 2024 г. Несебър стана част от международния проект TOURAL по програма „Хоризонт Европа“, насочен към развитие на културния и творческия туризъм в партньорство с институции от различни държави. Община Несебър също така редовно реализира кампании в сътрудничество с Министерството на туризма и международни туроператори, с цел утвърждаване на региона като дестинация за целогодишен туризъм.

В изпълнение на своите функции, общината поддържа координирано сътрудничество с държавни и регионални институции, сред които Областната дирекция на МВР – Бургас, РПУ – Несебър, Регионалната инспекция по околната среда и водите (РИОСВ) и Регионалната здравна инспекция (РЗИ) – Бургас. Съществува активно партньорство и с другите общини от региона в сферите на сигурността, екологията и устойчивото развитие.

2. Макросреда на Община Несебър като туристическа дестинация

2.1. Политически и правни условия - нормативни актове и стратегически документи

Развитието на туризма в съвременните условия е в значителна степен повлияно от политиките и насоките на международни организации като Организацията на обединените нации (ООН), Организацията на обединените нации за образование, наука и култура (ЮНЕСКО), Световната организация по туризъм (UNWTO), Европейския съюз (ЕС) и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР). Приетите от Общото събрание на ООН 17 Глобални цели за устойчиво развитие (2015)

очертават универсален дневен ред, в рамките на който туризмът се утвърждава като ключов инструмент за икономически растеж, социално включване и опазване на културното и природното наследство.

България е възприемана като сигурна и мирна дестинация в контекста на глобални кризи и геополитически конфликти, които ограничават достъпа до други туристически региони. Членството ѝ в UNWTO и активното участие в международни форуми допринасят за положителния имидж на страната и за утвърждаването ѝ като устойчива и културно обогатена туристическа дестинация. Специално значение има присъствието на Старинния град Несебър в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО – факт, който изисква стриктно прилагане на международните стандарти за опазване и управление на културните ресурси.

Членството на България в Европейския съюз осигурява стабилна политическа и институционална рамка за развитие на туризма. Туристическата политика на ЕС е фокусирана върху насърчаване на зелена и цифрова трансформация, устойчивост и конкурентоспособност. В този контекст особено важни са Европейският пакт за туризъм 2030 и Европейският план за действие по устойчив туризъм. Ключови програми на ЕС за периода 2021–2027 като „Развитие на регионите“ и „Околна среда“ осигуряват стратегическо финансиране за туристическа, културна и екологична инфраструктура.

На национално ниво, България разполага със Закон за туризма, който регламентира организацията, управлението и контрола върху туристическия сектор. Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014–2030 поставя акцент върху конкурентоспособността, устойчивостта, удължаването на активния сезон и интегрирането на културното наследство в туристическия продукт. Същевременно, Концепцията за туристическо райониране (2015) позиционира Несебър като част от Южночерноморския туристически район, а Националната концепция за пространствено развитие задава интегрирана визия за развитие на териториите.

В контекста на община Несебър стратегическата рамка се формира от редица местни документи: План за интегрирано развитие на общината (ПИРО) 2021–2027, актуализиран през 2024 г.; Стратегия за културното наследство 2023–2032; документът

„Vision for the Future of the Ancient City of Nessebar“, изготвен в отговор на ангажиментите по ЮНЕСКО, както и Проект за план за опазване и управление на Старинния град, който предстои да бъде окончателно приет.

През 2024 г. в рамките на ЕС бяха въведени редица ключови нормативни промени, повлияващи пряко туристическия сектор. Обновената версия на Европейския зелен пакт въведе по-строги изисквания за екологична устойчивост в транспортните и хотелските дейности, включително задължителни отчети за емисии и стимули за „зелени“ практики. Регулациите за краткосрочни наеми (Short-Term Rentals, STR) въведоха механизми за прозрачност и контрол, включително задължения за платформите да споделят данни с местните власти и изискване за регистрационни номера за всеки обект. По този начин се осигуриха инструменти за ограничаване на нелегалните наеми и за по-добро управление на туристическия поток.

Сред другите важни нормативни инициативи се открояват опростените правила за ДДС, актуализираната Директива за правата на потребителите и новите правила за защита на личните данни в контекста на туристическите платформи. В допълнение, се работи по нова регулация за изкуствения интелект в туризма, насочена към гарантиране на прозрачност и етика в маркетинга и клиентското обслужване. Въвеждат се също така по-строги изисквания за достъпност и приобщаваща среда за пътуващи с увреждания, както и политики за подобряване на условията на труд в туристическия сектор.

Въздействието на тези промени се разпростира върху широк кръг заинтересовани страни. За туристическите предприятия – особено за малките и средните – регулациите създават предизвикателства, но и възможности за трансформация и достъп до целево финансиране. Местните власти разполагат с нови инструменти за регулиране на наемите, управление на туристопотока и прилагане на устойчиви политики. Потребителите получават по-добра защита, по-голяма прозрачност и възможност за информиран избор при пътуване.

Очакваните инициативи за 2025 г. включват въвеждането на Системата за информация и авторизация за пътувания в Европа (ETIAS), която ще изисква предварително електронно одобрение от пътуващи от безвизови страни. Успоредно с

това ще заработи Системата за влизане/излизане (EES), която ще замени досегашното подпечатване на паспорти с биометрична проверка. Целта на тези инициативи е повишаване на сигурността, ефективност на граничния контрол и хармонизация на процедурите в ЕС.

В по-дългосрочна перспектива се очаква разширяване на регулациите, свързани с изкуствения интелект, климатичните политики и социалната справедливост в туризма. ЕС ще продължи да играе водеща роля в оформянето на глобалната туристическа политика чрез иновации, дигитализация и устойчиви стандарти.

През 2024 г. Европейският съюз отбеляза напредък в трансформацията на туризма към по-зелено, дигитално и приобщаващо бъдеще. Законодателните промени, в съчетание с програми за подкрепа, дадоха възможност на предприятията и институциите да се адаптират и да се възползват от новите възможности. За туристите се създаде среда на по-висока защита, достъпност и отговорност. Това потвърждава, че туризмът в Европа върви в посока на устойчив модел, в който се балансират икономически ползи, социални права и опазване на околната среда.

Общата оценка сочи, че политическата и стратегическата рамка на международно, европейско и национално ниво е благоприятна за развитието на туризма в България и в община Несебър. Въпреки това, някои предизвикателства остават, свързани с административната тежест, непоследователното прилагане на политики и необходимостта от ускоряване на реформите в публичната администрация. Въпреки това, наличието на ясен стратегически курс, достъп до европейски ресурси и активна международна ангажираност създават добра основа за устойчиво развитие на сектора.

2.2. Икономически условия

Световната икономика продължава да се развива с умерени, но устойчиви темпове. Според последните прогнози на Международния валутен фонд, в близките години се очаква средният икономически растеж в развитите страни да бъде между 1% и 2%, докато при развиващите се икономики се предвижда ръст от 3,5% до 4% годишно. Важна роля за глобалния туристически пазар играят икономики като Китай, Индия,

Бразилия и Мексико, където повишаването на доходите на средната класа формира стабилен източник на туристически поток.

Европейският съюз запазва стабилен макроикономически профил, макар и подложен на редица предизвикателства, включително геополитическа несигурност, енергийна трансформация и демографски натиск. Основните вектори на икономически растеж в ЕС се концентрират около инвестициите в цифровизация, зелена енергия, транспортна инфраструктура и иновации. В този контекст българската икономика демонстрира устойчивост, като в периода 2021–2024 г. отчита среден годишен растеж от около 2,2–2,5%, с очаквания за ускорение до 3% годишно в периода 2025–2027.

Съществено значение за икономиката и туристическия сектор ще има предстоящото въвеждане на еврото, предвидено за 1 януари 2026 г. След изпълнение на Маастрихтските критерии и одобрение от европейските институции, България ще се присъедини към еврозоната, което се очаква да доведе до премахване на валутния риск, намаляване на транзакционните разходи и повишаване на доверието сред чуждестранните инвеститори. За туристически дестинации като Несебър, това ще улесни достъпа на туристи от еврозоната и ще създаде по-благоприятни условия за трансгранично предприемачество. Въпреки това остава необходимостта от контролиране на ценовите равнища, за да се избегне спекулативно повишаване на цените в преходния период.

Инфлацията, която достигна двуцифрени стойности през 2022–2023 г. в резултат на енергийната криза и конфликта в Украйна, постепенно се стабилизира. Към 2025 г. инфлационният темп в България се движи около 3–4%, доближавайки се до средното равнище за Европейския съюз. Въпреки това, разходите за живот остават чувствителна тема, особено в туристическите центрове, където цените на услуги и стоки традиционно са по-високи. В дългосрочен план въвеждането на еврото има потенциал да стабилизира ценовата среда, но ефектът ще зависи от степента на пазарен контрол и регулаторна ангажираност на институциите.

Пазарът на труда също има пряко отражение върху развитието на туризма. В национален мащаб безработицата остава ниска – около 4–5% през 2024–2025 г., което е

под средното за ЕС. В туристическия сектор обаче предизвикателство представлява изразената сезонност. В летните месеци се наблюдава недостиг на кадри, което принуждава работодателите да наемат чуждестранни сезонни работници, основно от Молдова, Украйна, Киргизстан, Непал и Индонезия. Това налага допълнителни инвестиции в обучение и интеграция, но позволява поддържане на оперативния капацитет на сектора. В община Несебър туризмът остава основен работодател и осигурява заетост както на местното население, така и на работници от други региони и страни.

Община Несебър се отличава с висока финансова устойчивост и значителна способност за генериране на собствени приходи чрез туристически такси, концесии и местни данъци. Зависимостта от централния бюджет е ограничена, а общината успява да привлича частни инвестиции в хотелиерството, ресторантьорството и туристическата инфраструктура. Това създава благоприятна среда за икономическо развитие и същевременно изисква активна и дългосрочна политика за устойчиво управление на ресурсите.

В средносрочен план (2026–2030) се очаква присъединяването към еврозоната да ускори европейската икономическа интеграция и да повиши инвестиционната привлекателност на страната. Прогнозите сочат стабилен растеж от 2,5–3% годишно, инфлация около 2–3% и ниска безработица. Туризмът ще остане водещ сектор за местната икономика, с очакван ръст на приходите от международен туризъм и разширяване на сезонната заетост. Сред ключовите предизвикателства се открояват управлението на цените, недостигът на квалифицирани кадри и нуждата от целенасочени инвестиции в инфраструктура, дигитална трансформация и устойчиви практики. При адекватно управление на ресурсите и стратегическо планиране, община Несебър има потенциал да се утвърди като водещ туристически център не само в България, но и в Югоизточна Европа.

2.3. Технологични условия

През последните години туризмът навлиза в етап на дълбока дигитална трансформация, при който технологиите радикално променят начина, по който се планират и реализират пътувания, както и механизмите за управление на дестинации и туристически ресурси. Глобалният пазар на изкуствен интелект (AI) в туризма бележи устойчив ръст, като автоматизирани системи за обслужване на клиенти, интелигентни решения за управление на приходи и платформи за поведенчески анализи вече са част от стандартния инструментариум на водещите туристически компании. В същото време чатботовете, виртуалните асистенти и мобилните приложения улесняват взаимодействието с посетителите и повишават ефективността на обслужването.

В България дигитализацията също бележи напредък – над 80% от населението има достъп до интернет, социалните мрежи са водещ канал за комуникация и реклама, а цифровите услуги, предлагани от публични и частни субекти, са добре възприети от гражданите. Това създава условия за технологично обновяване и в туристическия сектор.

На местно равнище, в община Несебър вече са реализирани няколко важни дигитални инициативи. Още през 2018–2019 г. беше разработено мобилно приложение с добавена реалност („Nessebar AR“), което предоставя триизмерна виртуална разходка в Стария град, достъпна на няколко езика и активирана чрез сувенирен магнит. В допълнение, наличен е self-guided аудио тур, който превръща мобилното устройство в персонален гид. Въпреки това, съществуват проблеми, свързани с поддръжката и актуалността на дигиталните канали. Например, официалният уебсайт ancient-nessebar.com е силно остарял по отношение на дизайн, архитектура и технологии и изисква пълна реконструкция. Специализираната платформа mesambria.eu, създадена с финансиране от Национален фонд „Култура“, също не се поддържа след 2023 г., което ограничава нейния принос към дигиталния туризъм и популяризацията на културното наследство.

Новата концепция "Tourism 4.0", вдъхновена от индустриалната трансформация, въвежда интегрирани цифрови решения като Internet of Things (IoT), изкуствен интелект,

виртуална и добавена реалност, Big Data и „умни градове“. Тези технологии позволяват устойчиво развитие на дестинации, подобряване на туристическото преживяване и оптимизация на ресурсите чрез предсказуеми модели за поведение на туристите, оценка на икономическо и екологично въздействие и интелигентно управление на туристически потоци.

Наред с възможностите, дигитализацията създава и редица предизвикателства. Сред тях се открояват въпросите на киберсигурността, защитата на лични данни, рисковете от подвеждаща или манипулативна онлайн информация, нуждата от постоянни инвестиции в технологично обновление и обучение на персонала. Допълнително, прекомерната дигитализация може да доведе до отслабване на човешкия контакт и доминиране на дигиталната комуникация, което в определени сегменти на туристическия пазар се възприема негативно.

Оценка на официалния сайт на Община Несебър (nesebar.bg) показва силно развита административна секция с детайлна информация за дейността на общината, налични електронни услуги и документи. Въпреки това, интерфейсът е фокусиран върху институционалните потребители и не предлага съдържание или функционалности, ориентирани към туристи, като актуални културни събития, атракции или онлайн резервации.

От друга страна, туристическият портал VisitNessebar (в двете версии: .bg и .org) се отличава с добро потребителско изживяване и ясно ориентирано съдържание към туристи. Категориите „Настаняване“, „Хранене и развлечения“, „Събития“ и „Резервации“ са логично структурирани и лесно достъпни. Секцията за предстоящи събития се поддържа редовно, което е предпоставка за добро планиране на пътуванията. Основен недостатък обаче остава липсата на директна интеграция с онлайн резервационни платформи (на хотели, билети или турове), както и отсъствието на иновативни инструменти като AI чатботове, 360-градусови виртуални обиколки и интерактивни карти.

Дигиталната трансформация представлява стратегическа възможност за подобряване на конкурентоспособността и устойчивостта на дестинации като Несебър.

За да се възползва пълноценно от тези процеси, общината би могла да предприеме следните стъпки:

- внедряване на изкуствен интелект в туристическото обслужване (напр. AI чатбот за информация и резервации);
- създаване на система за управление на туристически потоци с помощта на Big Data;
- интеграция на IoT технологии в обекти на инфраструктурата и сигурността;
- разработване на нова дигитална визия и функционалности на официалния туристически портал;
- осигуряване на постоянна поддръжка и актуализация на специализираните платформи, финансирани по проекти.

В заключение, макар да са положени основи в посока дигитализация, община Несебър разполага с още значителен неизползван потенциал. Целенасочената дигитална стратегия с интеграция на иновативни решения и ангажиране на местния бизнес и културни институции може да утвърди града като модел на „умна дестинация“ в съответствие със стандартите на "Tourism 4.0".

2.4. Социално-културни условия

Застаряването на населението е устойчива демографска тенденция както в глобален, така и в национален мащаб. През 2025 г. над 23% от българските граждани са на възраст над 65 години. Въпреки напредналата възраст, тази група се характеризира с висока активност – разполага със свободно време, сравнително добро здраве и стабилни доходи. Това я превръща в ключов туристически сегмент, който пътува целогодишно и предпочита спокойни, сигурни и здравословни дестинации, включително wellness центрове и културно-образователни маршрути извън активния летен сезон.

Паралелно с това, поколението на милениалите и младите хора между 25 и 44 години се очертава като най-мобилната част от обществото. Те реализират най-много пътувания годишно, основно чрез онлайн платформи, и избират дестинации според преживяванията и автентичността, които те предлагат. Тези туристи възприемат лесно иновативни форми на пътуване – индивидуални маршрути, динамични пакети и кратки

тематични ваканции, често организирани в последния момент.

Туризмът остава стратегически сектор за България, като през 2024 г. страната е посрещнала над 13 милиона чуждестранни посетители. Преобладаващата част от тях са от европейски страни, което подчертава устойчивия интерес към българските дестинации. Туристическата индустрия поддържа над 150 хиляди работни места и формира значителен принос към БВП.

Промените в стила на живот оказват силно влияние върху туристическите предпочитания. Все по-голям брой хора търсят балансирани и здравословни почивки – wellness, СПА и балнеология, съчетани с леки физически активности като йога, пешеходен туризъм или колоездене. Устойчивостта, екологичните практики и ангажираността с местната култура и природа са сред най-важните критерии при избора на дестинация. Младите поколения, в частност, проявяват интерес към доброволческия туризъм и пътувания с мисия.

Увеличаващото се образователно равнище и засилените културни потребности водят до по-високо търсене на дестинации с богато културно-историческо наследство. Важен фактор за привличане на туристи стават събитията – фестивали, концерти, изложби и други форми на културна активност, които предоставят възможност за интерактивно участие. Несебър, със своята културна идентичност и статут на обект от списъка на ЮНЕСКО, притежава сериозно конкурентно предимство, което може да бъде разширено чрез развитието на целогодишен събитийно-културен календар.

Съвременният турист е по-информиран и взискателен от всякога. Лоялността към конкретни дестинации отслабва, а на преден план излизат търсенето на автентичност, персонално отношение и добавена стойност на изживяването. Комбинирането на кратки и бюджетни пътувания с луксозни почивки е все по-често срещано. Туристите активно използват мобилни приложения и социални мрежи както при избора, така и по време на пътуването, което налага необходимост от дигитална видимост и интерактивно присъствие на всяка дестинация.

Прогнозите до 2030 г. сочат, че възрастните туристи ще бъдат основен двигател на извънсезонния туризъм, като ще продължат да търсят комфорт, сигурност,

здравословност и култура. Поколенията Y и Z ще се утвърдят като водещи потребители на туристически услуги, предпочитащи онлайн резервации, мобилни технологии и продукти с висока степен на персонализация. Класическите пакетни ваканции постепенно ще бъдат изместени от индивидуални и гъвкави пътувания, при които туристът комбинира различни елементи според личните си предпочитания.

Очаква се засилване на събитиен и културен туризъм, който ще играе ключова роля при избора на дестинация. Несебър, със своето културно наследство, е в позиция да се възползва от тази тенденция чрез иновативни формати и разнообразна програма през цялата година. Наред с това, екологичните и „зелени“ практики ще се превърнат в стандарт – туристите ще търсят отговорно пътуване, намалено въздействие върху околната среда и ангажираност към местните общности.

Също така ще се увеличи интересът към по-семпли форми на почивка – каравани, къмпинги, фермерски къщи и агротуризъм, които създават усещане за връзка с природата и традицията. Това ще наложи адаптиране на инфраструктурата и нормативната рамка. Регионалните летища и достъпните самолетни билети ще стимулират придобиването на втори домове в туристическите райони. Несебър има потенциал да привлече нови сезонни обитатели и полупостоянно население, което ще поддържа туристическата активност извън активния сезон.

Като цяло, социално-културната динамика до 2030 г. изисква гъвкави и адаптивни решения в туристическата политика. За да остане конкурентоспособна, дестинация като Несебър следва да насочи усилия както към възрастните туристи с интерес към здравословен и културен туризъм, така и към младите поколения, търсещи иновативност, преживявания и автентичност. Умелото съчетаване на дигитални технологии, устойчиви практики и разнообразие от продукти ще бъде определящо за бъдещия успех на дестинацията.

2.5. Екологични условия

Климатичните промени се превръщат в определящ фактор за развитието на туризма в световен и регионален мащаб. Данни от Междуправителствения комитет по

изменение на климата и Европейската агенция по околна среда показват ускорено глобално затопляне през последните три десетилетия, което ще продължи и през следващите години. Това създава сериозни предизвикателства както за природните екосистеми, така и за човешките общности, включително за туристическата индустрия.

В България климатичните промени оказват пряко въздействие върху два ключови туристически сегмента – морския летен туризъм и зимния ски туризъм. И двата са изключително уязвими спрямо повишаването на температурите, намаляване на валежите и зачестяване на екстремни климатични явления. За община Несебър това означава засилен натиск върху крайбрежната зона и необходимост от адаптация на туристическите услуги към по-кратки, но по-интензивни летни сезони. Промените в климата ще изискват ново планиране на ресурсите и прилагане на стратегии за устойчивост в дългосрочен план.

България като страна член на Европейския съюз е обвързана с ангажименти за ограничаване на въглеродните емисии, защита на биоразнообразието и прилагане на политики за адаптация към изменението на климата. Разработването на Национална стратегия за адаптация и участието на Министерството на туризма в изпълнението на свързаните мерки са стъпки в посока на устойчиво управление на сектора.

Същевременно, реалността на място показва редица проблеми, свързани с екологичен натиск върху туристическите зони. В редица черноморски курорти, включително Несебър и неговите прилежащи селища, се наблюдават негативни тенденции като презастрояване, неконтролирано генериране на битови и строителни отпадъци, натиск върху водните ресурси и нерегламентирано заустване на отпадни води. Особено тревожно остава положението около Свети Влас и ваканционно селище Елените, където частната пречиствателна станция е обект на множество сигнали за заустване на отпадни води директно в морето, което създава сериозен риск за морската среда и туристическата репутация на региона.

Създалата се ситуация с презастрояването и последвалото наводнение през октомври 2025г. във ваканционно селище Елените е резултат от поредица институционални пропуски и липса на координация между държавните и областните

органи. Държавните институции, отговорни за устройственото териториално планиране и контрола върху строителството, не са осъществили навременен и ефективен надзор върху одобрените инвестиционни проекти, което е довело до нарушаване на баланса между застроените площи и естествените отводнителни зони. Областната администрация, от своя страна, не е предприела превантивни мерки за оценка на риска от наводнения, въпреки наличието на сигнали и експертни предупреждения за прекомерна урбанизация и неправилно изградена инфраструктура. Под натиска на засилени частни инвестиционни интереси, изпълнявайки регламентите на общите устройствени планове на територията на общината, Общинските институции не са били в правото си да откажат издаването на разрешителни за строеж в зони с висок риск и въпреки липсата на достатъчно екологични и хидроложки оценки. Заниженият институционален контрол, съчетан с неефективна координация между държавно, областно и местно ниво, е довела до тежките последици за околната среда и сигурността на жителите.

За да се премахнат нанесените щети и да се предотвратят бъдещи бедствия във ваканционно селище Елените, е необходимо да се предприеме комплекс от спешни, средносрочни и дългосрочни мерки, включващи институционална, техническа и екологична намеса.

Първо, спешни мерки за възстановяване и обезопасяване

На първо място следва да се извърши пълна оценка на щетите – както на инфраструктурата, така и на водоотводните и подпорни съоръжения. Необходимо е експертно обследване от инженери, хидролози и геолози, за да се установи степента на ерозия, запушванията в отводнителните канали и състоянието на подпочвените води.

След това трябва да се пристъпи към незабавно почистване на речните корита, деретата и канализационните шахти, тъй като именно те често се оказват блокирани от строителни отпадъци и свлачищни материали. Възстановяването на нормалното водооттичане е ключово, за да се предотврати повторно наводнение при следващи валежи.

Необходимо е също укрепване на най-засегнатите зони – с временни защитни съоръжения (напр. габиони, диги, подпорни стени), докато се изготви цялостен проект за укрепване и реновиране на терена.

Второ, средносрочни мерки за възстановяване на инфраструктурата и екосистемния баланс

В следващ етап трябва да се извърши реконструкция на разрушената инфраструктура, но при спазване на принципите на устойчиво и безопасно строителство. Всички бъдещи проекти следва да преминат през **екологична оценка** (ОВОС) и оценка на риска от бедствия (ОРБ).

Особено важно е възстановяването на естествените дренажни системи и зелени площи, които са били унищожени при презастрояването. Растителността действа като естествен регулатор на водния баланс, намалява оттичането на повърхностни води и стабилизира почвите.

Трябва да се забрани ново строителство в зоните с висок риск и да се извърши корекция на подробните устройствени планове (ПУП), така че да се съобразят с реалните хидрогеоложки условия.

Трето, дългосрочни мерки за устойчиво управление и превенция

На стратегическо ниво се изисква изграждане на интегрирана система за мониторинг и ранно предупреждение, която да следи нивото на валежите, състоянието на деретата и подпочвените води. Така ще може да се реагира навреме при риск от ново наводнение.

Държавните и областните институции трябва да въведат по-строг контрол върху строителните разрешения и съответствието на проектите с природните условия. Необходимо е да се създаде междуведомствен координационен съвет между Министерството на регионалното развитие и благоустройството (МРРБ), Министерството на околната среда и водите (МОСВ), областната управа и общината на Несебър, който да следи изпълнението на мерките и да контролира бъдещото застрояване.

Следва също да се разработи дългосрочна стратегия за устойчиво териториално развитие на крайбрежните зони, включваща ограничаване на урбанизацията, възстановяване на природните буферни системи и популяризиране на екологично строителство.

Четвърто, обществено участие и прозрачност

Ключов фактор за устойчивостта е включването на местните жители и собствениците на имоти в процеса на вземане на решения. Трябва да се провеждат публични обсъждания, на които гражданите да бъдат информирани за рисковете, предстоящите действия и ограниченията при ново строителство.

Паралелно с това е необходим повишен контрол от медиите и гражданските организации, които да следят за спазването на законовите изисквания и да сигнализират при нарушения.

За да се възстанови нормалната жизнена среда във вилно селище Елените и да се избегне повторение на подобни бедствия, е нужно не просто техническо възстановяване, а цялостна реформа в начина на управление на територията и строителната дейност. Само чрез ефективен контрол, научно обосновано планиране и междуинституционално сътрудничество може да се гарантира, че природните ресурси ще бъдат защитени, а безопасността на хората — обезпечена в дългосрочен план.

Пренасищането с туристи в активния летен сезон поставя под напрежение не само природните ресурси, но и инфраструктурата и качеството на живот на местните жители. Проблеми като шумово замърсяване, натоварен трафик, намалено качество на въздуха и обезценяване на културната автентичност вече са видими и в български контекст. Явленията, наблюдавани в дестинации като Венеция и Дубровник, се пренасят и върху Черноморието, което изисква активни управленски действия.

На равнище Европейски съюз България бележи както положителни резултати, така и сериозни пропуски. От една страна, страната постига високи нива на съответствие с европейските норми за качество на питейната и къпалната вода, като над 90% от водите за къпане са класифицирани като годни. От друга страна, замърсяването с фини прахови частици остава над средните нива в райони с интензивен транспорт,

включително в коридора Бургас – Слънчев бряг – Варна. Липсва достатъчна интеграция на екологичните изисквания в строителните и туристическите проекти, а модернизацията на канализационните системи и управлението на водните басейни се реализира с изоставане, което крие риск от наводнения и тежки екологични щети.

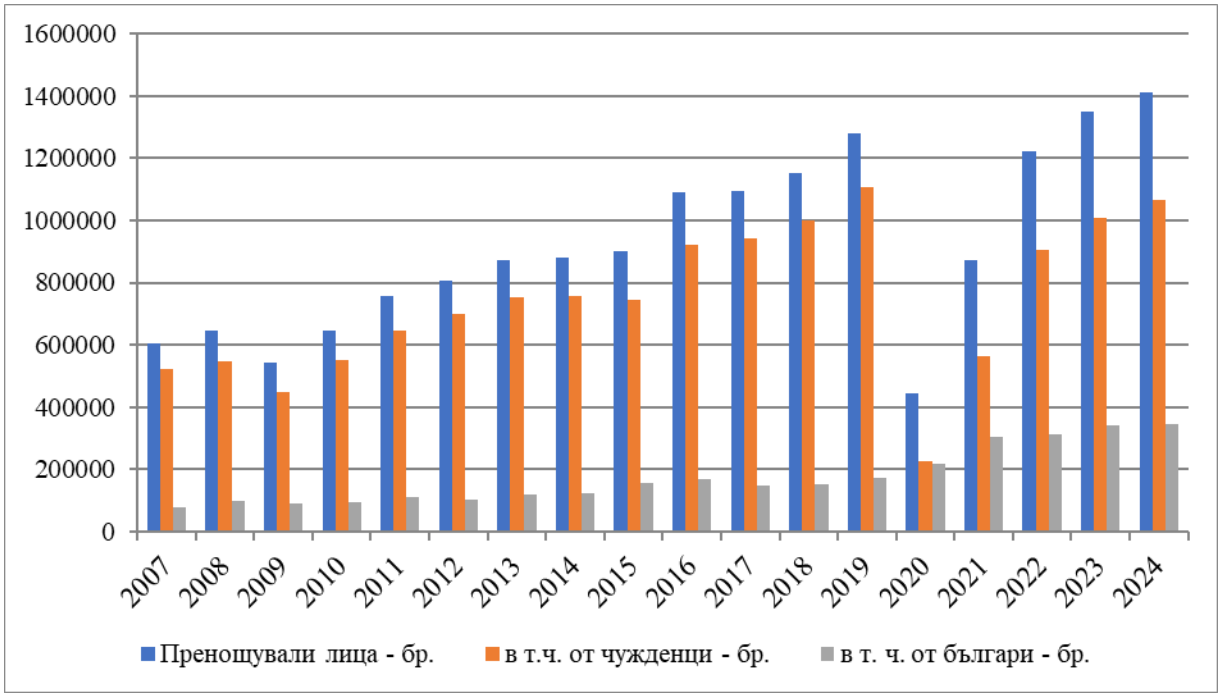
Европейската комисия насърчава прилагането на пазарни инструменти, които могат да се адаптират към туризма. Сред тях са въвеждането на екологично данъчно облагане, при което цената на услугите отразява реалната им екологична стойност; зелените обществени поръчки, които стимулират използването на устойчиви технологии в строителството и услугите; и насърчаването на кръгова икономика в туризма чрез повторна употреба на материали и внедряване на енергоефективни решения.

В този контекст за Несебър става изключително важно да предприеме последователни мерки за ограничаване на презастрояването, контрол върху замърсяването и инвестиции в зелена инфраструктура. Само чрез прилагането на устойчиви политики и иновативни екологични практики общината може да запази дългосрочното си конкурентно предимство като туристическа дестинация с висока културна стойност и качество на живот.

3. Оценка на пазарното позициониране на Община Несебър като туристическа дестинация

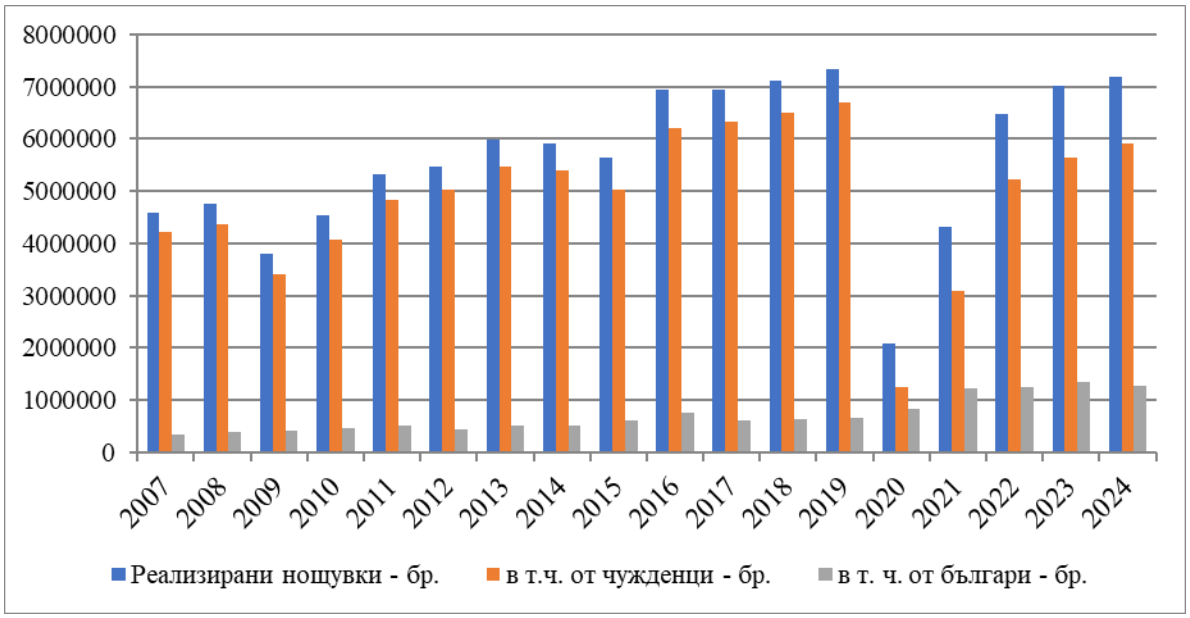
3.1. Туристическо търсене на община Несебър като туристическа дестинация

Настоящият аналитичен раздел интегрира числовите редове и графичните представяния, изготвени на база официалните публикации на НСИ за периода 2007–2024 г., със специфичен акцент върху 2017–2024 г. Стойностите са илюстрирани с графики и таблици и са интерпретирани чрез авторски сравнения на ниво обем, структура и интензивност на туристическото търсене. (фиг. 13 и фиг. 14)



Фигура 13. Пренощували лица в община Несебър по години (2007–2024), общо и по националност

Източник: НСИ



Фигура 14. Реализирани нощувки в община Несебър по години (2007–2024), общо и по националност

Източник: НСИ

След рекордната 2016 г. развитието на туристическото търсене в община Несебър преминава през три отчетливи фази: стабилизация на висока база (2017–2019), шок и рязък спад през пандемичната 2020 г., последвани от поетапно възстановяване и ценово пренастройване (2021–2024).

През 2017–2019 г. броят на реализираните нощувки бележи възходящ годишен тренд: +2,38% през 2018 г. и +3,23% през 2019 г., достигайки до 7,346 млн. нощувки при 1,278 млн. пренощували лица в края на периода. 2020 г. носи безпрецедентен спад (–71,66% нощувки; –65,30% пренощували лица). Възстановяването през 2021–2024 г. е устойчиво: 7,191 млн. нощувки и 1,410 млн. пренощували лица през 2024 г. Това означава, че през 2024г. спрямо 2019 г. броят пренощували лица е по-висок с +10,4%, докато броят на нощувките остава с 2,1% под предкризисното равнище – ясен индикатор за съкращаване на средния престой. Годишните темпове по години отразяват същата картина на нарастване на броя на нощувките: 2021 г. +107,1%, 2022 г. +50,3%, 2023 г. +8,2% и 2024 г. +2,6%.

Чуждестранни и български туристи – структурни изменения.

Делът на чужденците в общия брой нощувки остава доминиращ, но трайно под предкризисните равнища: 91,1% през 2019 г. срещу 82,2% през 2024 г. В абсолютен план нощувките на чужденци през 2024 г. (5,911 млн.) са с около 11,7% по-малко от 2019 г., докато нощувките на българските туристи почти се удвояват – от 655 хил. (2019) до 1,280 млн. (2024). Аналогична е и динамиката при пренощувалите лица: чужденци – 3,5% спрямо 2019 г., българи +99,4% (2019→2024). Структурното „претегляне“ към вътрешен пазар стабилизира търсенето, но при по-кратки престои.

Следва да се отбележи, че има значително разминаване между статистическите данни на НСИ и системата ЕСТИ относно разглежданите натурални показатели. Причината е, че НСИ събира и подава информация за местата за настаняване с

капацитет с 10 и повече легла и изпуска от полезрението си голям брой частни квартири, апартаменти за гости и др. под.[10]

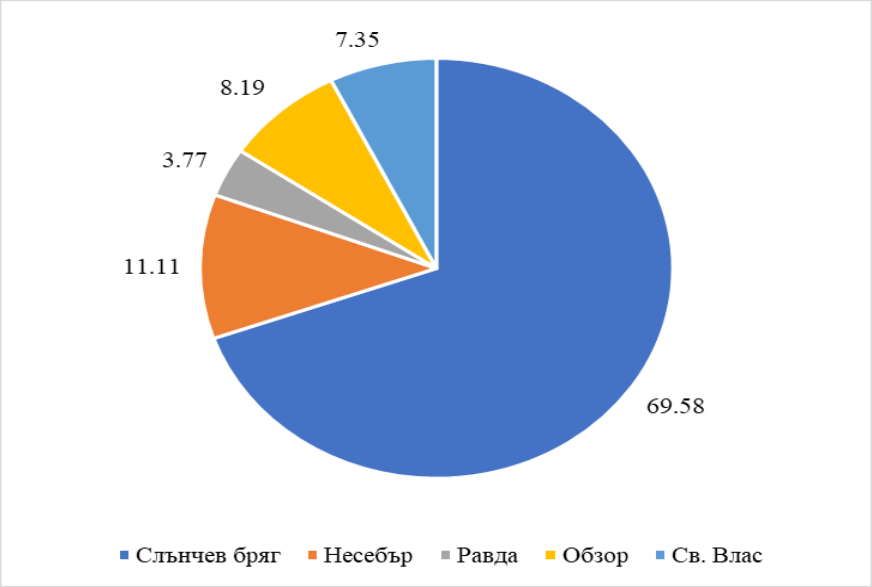
Таблица 14. Реализирани нощувки по населени места в община Несебър през 2024 г.

Населено място	Бр. нощувки по ЕСТИ	Относителен дял в %	Бр. нощувки по НСИ	Разлика
Слънчев бряг	6565973	69,58	5088497	1477476
Несебър	1048235	11,11		
Равда	355566	3,77		
Обзор	773168	8,19		
Св. Влас	693644	7,35		
Общо Община Несебър	**9436586**	100,00	5911004	3525582

Източник: ЕСТИ и НСИ

В таблица 14 са показани данните от ЕСТИ за броя на реализираните нощувки в община Несебър по населени места, както и разликата по показателя с данните от НСИ, която разлика възлиза на 3525582 нощувки. Видно е, че близо 70% от нощувките в общината се реализират в к.к. Слънчев бряг, на второ място е град Несебър с 11.11% дял от нощувките, следван от Обзор с 8,19% и Св. Влас със 7,35%. (фиг. 15)

[10] Обект на изучаване от НСИ са всички категоризирани и функционирали през отчетния период места за настаняване с 10 и повече легла - хотели, къмпинги и други места за краткосрочно настаняване (туристически и вилни селища, хижи, частни квартири и апартаменти, почивни станции, ваканционни бунгала, къщи за гости и др. места за краткосрочно настаняване). // онлайн: https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/metadata/TUR_2_Methodology.pdf, достъпно на 11.09.2025.



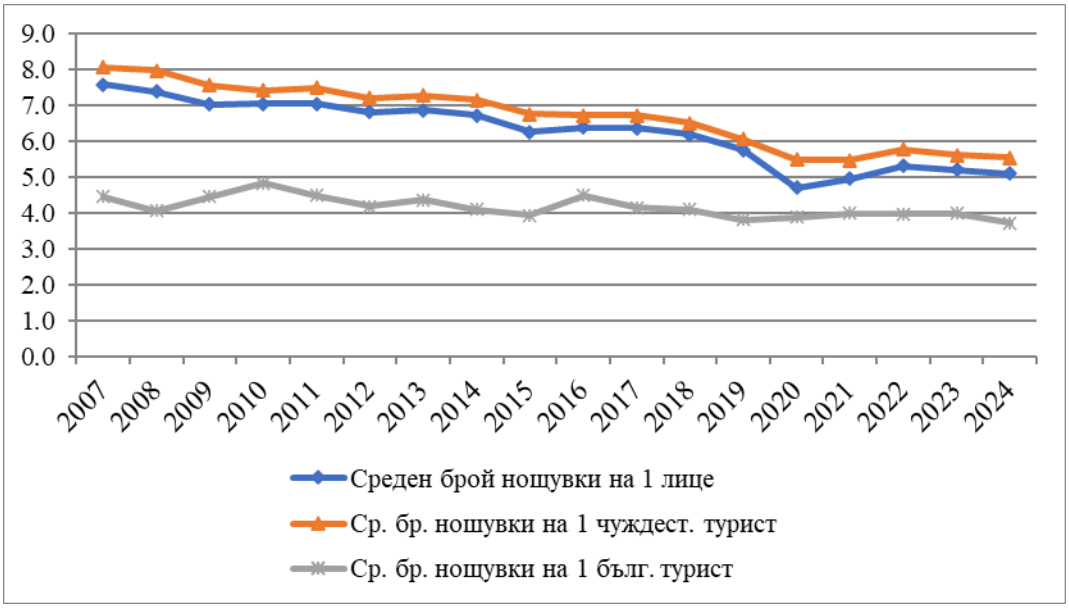
Фигура 15. Относителен дял на реализираните нощувки по населени места в община Несебър през 2024 г. (%)

Източник: ЕСТИ и НСИ

Среден престой на туристите

Средният престой на туристите в община Несебър намалява от 6,36 нощувки (2017) до 5,10 (2024), т.е. –19,8% за осем години. При чужденците спадът е от 6,71 до 5,54 нощувки, а при българите – от 4,14 до 3,72 нощувки. Дори след частично възстановяване през 2022–2023 г. показателят остава под предкризисните нива (5,75 нощувки през 2019 г.). Тази тенденция е съвместима със „скъсяване на ваканцията“ и по-чести, но по-кратки пътувания – динамика, видима и в международния микс на пазари. При чужденците редукцията е по-силна спрямо българите, което кореспондира с пренареждането на географския пазарен профил – нарастващ дял на близки/регионални пазари с традиционно по-кратък престой и ограничен възстановителен потенциал при част от по-далечните западноевропейски пазари.

Фигура 16 визуализира тенденциите при средния престой за трите сегмента. Дори при нормализацията на обемите след 2021 г., средният престой остава по-нисък от предкризисните равнища, което изисква продуктова и календарна оптимизация.



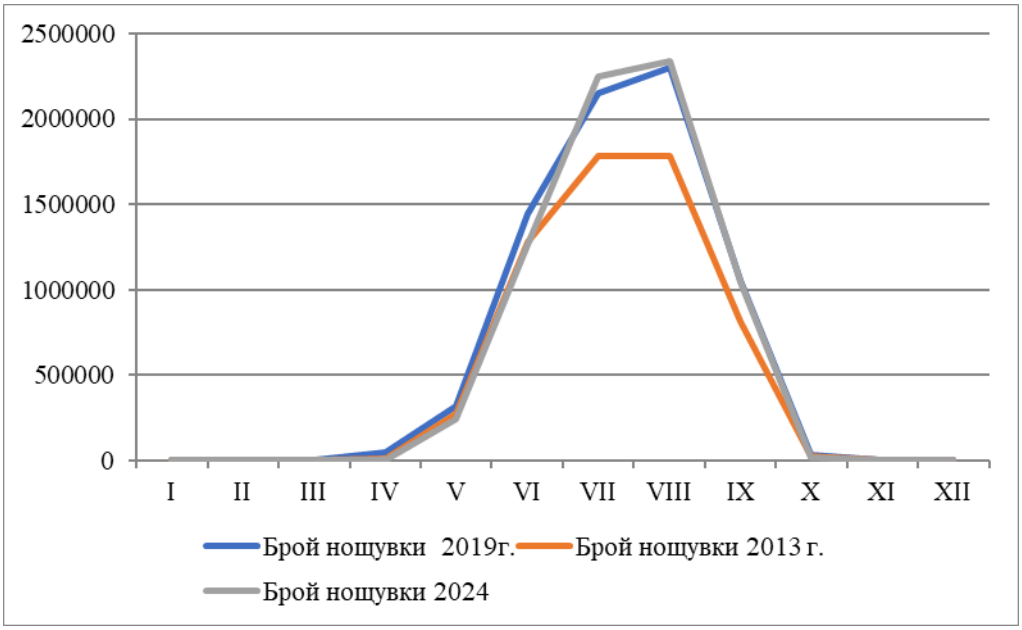
Фигура 16. Среден престой (нощувки на 1 лице) – общо, чужденци и българи (2017–2024)

Източник: НСИ

Сезонност и месечен профил на търсенето

Сезонността остава изключително силно изразена и след пандемичната криза от 2020г. През 2024 г. в рамките на юли–август се концентрират ~63,8% от всички нощувки в община Несебър, което е по-висок дял от 2019 г. (~60,6%). Делът на месеците май–септември достига ~96% от годишния обем, докато януари–април взети заедно формират под 0,3%.

Сезонната концентрация остава изключително висока и след 2020 г. Съпоставката на месечните профили за 2013, 2019 и 2024 г. показва запазване на доминиращата роля на юли–август и относително стесняване на „крилата“ на сезона. Това засилва чувствителността към метеорологични и календарни фактори и концентрира оперативните рискове.

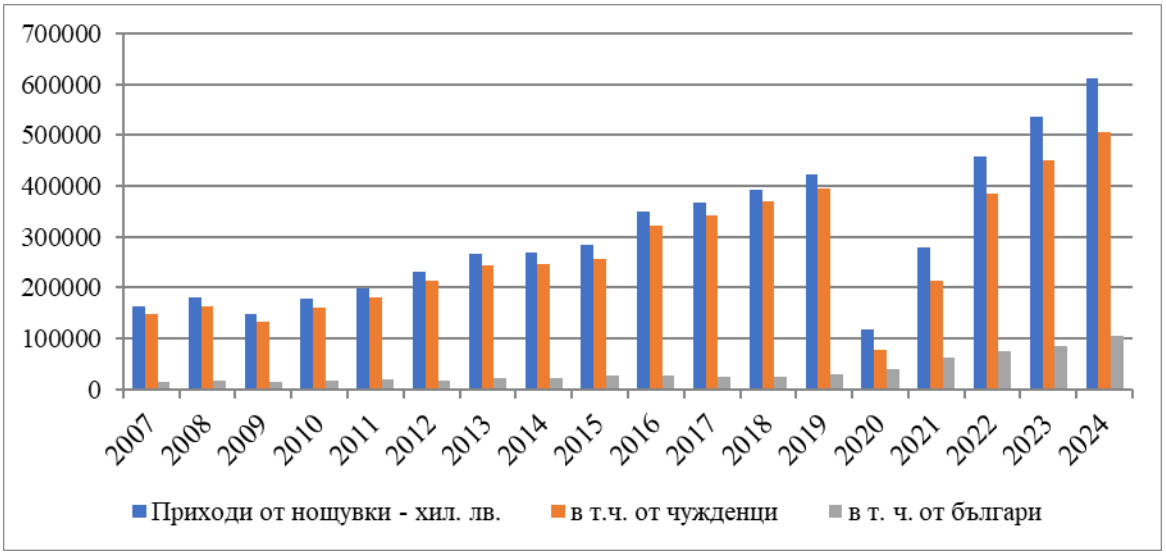


Фигура 17. Сезонен профил на реализираните нощувки в община Несебър: 2013, 2019 и 2024 г.

Източник: НСИ

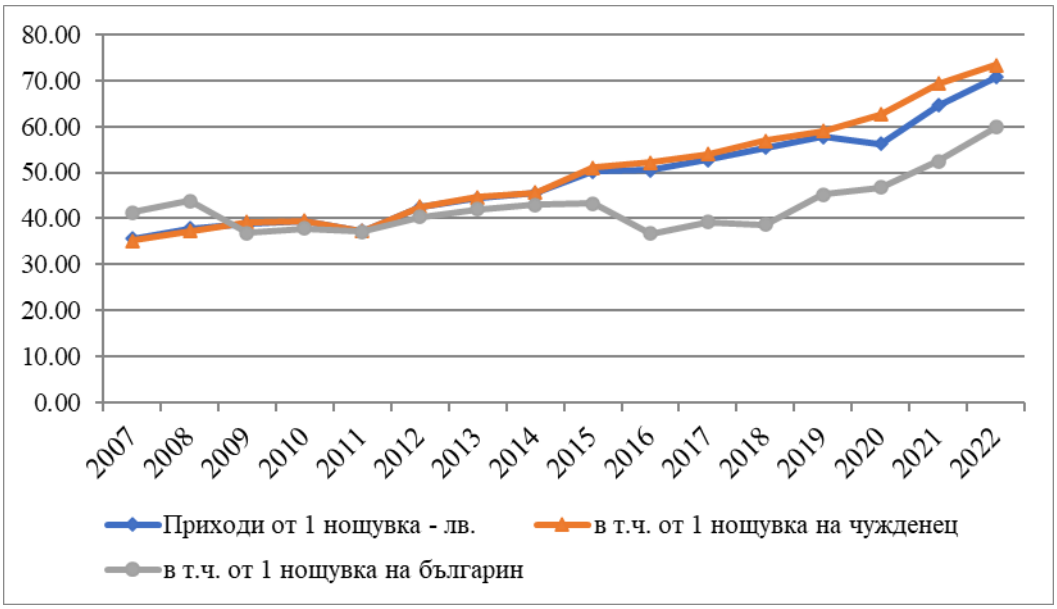
Приходи и ценова динамика

Приходите от нощувки нарастват устойчиво в реализационен план след шока през 2020 г., като през 2024 г. достигат 611,2 млн. лв., което е с ~44% над 2019 г. Значимата част от този ръст е ценово-движена: приходът от една нощувка се покачва от 52,72 лв. (2017) до 84,99 лв. (2024), т.е. +61% за периода (с приблизителен средногодишен темп ~7,1%); общите приходи растат с приблизително ~7,6% средногодишно за 2017–2024 г., при почти стагниращ обем от нощувки (CAGR ~0,5%). Приходът от един турист също се повишава, но по-бавно – от 335 лв. (2017) до 433 лв. (2024), т.е. +29%, което отразява по-кратките престои при по-висока средна цена на нощувка. Наблюдава се и ценова конвергенция между чужденци и българи: през 2019 г. средният приход от 1 нощувка е 58,94 лв. за чужденци срещу 45,22 лв. за българи (разлика ~13,7 лв.), докато през 2024 г. стойностите са съответно 85,60 и 82,18 лв. (разлика ~3,4 лв.). Това означава, че вътрешният пазар не само се разширява количествено, но и „догонва“ ценово външния, вероятно под въздействието на инфлационни и продуктово-пакетни фактори (вкл. по-широко разпространение на all-inclusive формати). (фиг. 18 и фиг. 19)



Фигура 18. Приходи от нощувки (хил. лв.) – общо и по националност (2017–2024)

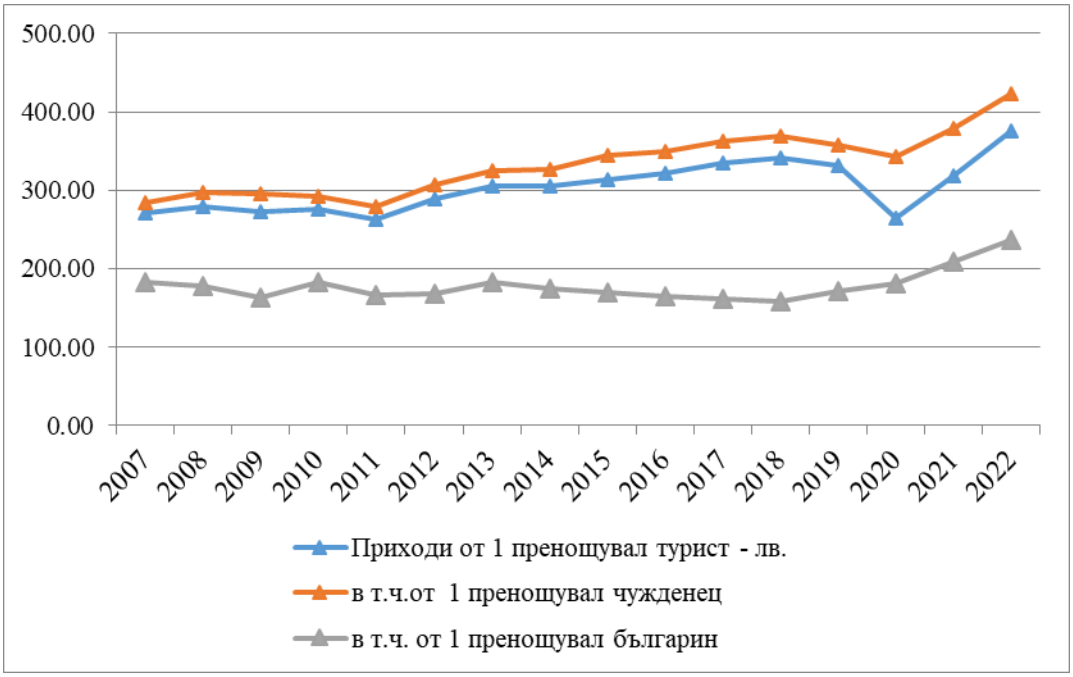
Източник: НСИ



Фигура 19. Приход от 1 нощувка (лв.) – общо и по националност (2017–2024)

Източник: НСИ

По аналогия, Фигура 20 показва движението на прихода от един пренощувал турист. Въпреки по-краткия престой, индикаторът нараства, като особено силна динамика се наблюдава през 2022–2024 г., когато се материализира ефектът от ценовата адаптация и продуктовото пакетиране.



Фигура 20. Приход от един пренощувал турист (лв.) – общо и по националност (2017–2024)

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

Изводи и тенденциите относно туристическото търсене за периода 2017–2024.

Анализът на обема на туристическото търсене към община Несебър като туристическа дестинация в натурално и стойностно изражение налага следните изводи:

Първо, туристическото търсене е възстановено почти напълно в обем (нощувки: изоставане с –2,1% спрямо 2019 г.), а в брой туристи дори е надминато (+10,4%), но при по-кратки престои.

Второ, средният престой остава по-кратък, което изисква оптимизация на продуктовите оферти към стимулиране на дължината на престоя, особено при доминиращите нови регионални пазари.

Трето, сезонността остава силно изразена и дори се усилва през 2024 г – при високата пикова заетост на легловата база през месеците юли и август и относително по-късия активен сезон; нужно е целенасочено удължаване на сезона чрез събитийност, спорт и култура извън пиковите месеци.

Четвърто, приходите и цените растат значително и устойчиво след 2021 г., като през 2024 г. надхвърлят чувствително предкризисните равнища от 2019г. – ръстът се

движи главно от по-висок приход на нощувка. Ценовата динамика и растящият приход от нощувка предполагат фокус върху стойността и качеството на продукта, като се търси баланс между all-inclusive формати и локални разходи на туристите в дестинацията.

На фона на стабилно високи пикови заетости на легловата база през месеците юли и август и нараснала цена на нощувка, устойчивото повишение на броя пренощували лица при продължаващ по-кратък престой очертава модел на „интензивна“ дестинация, в която възстановяването се осъществява чрез нов пазарен микс и ценова адаптация. Запазената и дори засилена сезонна концентрация предполага, че управленските и маркетинговите усилия следва да адресират удължаването на ефективния сезон (събитийност, спорт, култура извън пика; целеви оферти за пролет/есен), както и мерки за стимулиране на по-дълги престои в доминиращите нови източници на търсене (особено регионалните пазари с по-кратък среден престой). Това би подпомогнало постигането на по-висока годишна заетост при вече достигнатите ценови равнища.

3.2. Маркетингов микс на община Несебър като туристическа дестинация

3.2.1 Продуктова палитра на община Несебър за периода 2017–2024 г.

Развитието на продуктовата палитра на дестинация Несебър следва да се анализира на основата на концепцията за жизнения цикъл на туристическото място в пазарния контекст на периода 2017–2024г.

След пиковете преди пандемията (2017–2019) местната туристическа система преживя рязък спад през 2020–2021 г., последван от ускорено възстановяване през 2022–2024 г., но със структурни промени в източниците на търсене и в продуктовия микс. Посрещнатите през последните години туристи и реализирани от тях нощувки в дестинацията утвърждават Несебър като най-натоварената морска община за масов летен туризъм, но вече с отчетливи признаци на *продуктово подмладяване и пренастройване по ценови сегменти*.

На равнище ключов курорт в общината, к.к. Слънчев бряг през 2024 г. по данни на НСИ достига общо 5,09 млн. нощувки, 986 хил. пренощували лица и приходи от

нощувки 430,5 млн. лв.; който мащаб на търсенето поддържа и потвърждава водещата роля на *стандартния „all-inclusive“ морски продукт* и обяснява високата интензивност на предлагането в пиковите месеци.

През 2024 г. 22 плажа и марина „Диневи“ – Св. Влас по Българското Черноморие получиха сертификат „Син флаг“, като най-много отличени обекти са на територията на община Несебър. Исторически първият „Син флаг“ в България е вдигнат именно на Слънчев бряг през 1995 г. Фактите потвърждават стандартите за безопасност, качествени плажни услуги и екологично управление на крайбрежието – съществен ресурс за подмладяване на масовия морски продукт в дестинация Несебър.

Статутът на „Старинен град Несебър“ под егидата на ЮНЕСКО остава ключова опора на културно-познавателната продуктова линия на дестинацията. В направлението следва да се отчита реактивната мониторингова мисия (януари 2023) и Решение 45 COM 7B.179 на Комитета за световно наследство, където се подчертава, че част от атрибутите на изключителната универсална стойност са уязвими и се изисква завършване на Консервационно-управленски план и хармонизиране на общинското планиране с визия, която не се опира единствено на туризма (доклад за напредъка до 1 декември 2024 г.). Тези изисквания поставят рамка за устойчиво развитие на културния продукт и за контрол върху натиска на масовия туризъм в стария град.[11]

Актуализираната интерпретация на жизнения цикъл на община Несебър като туристическа дестинация за периода 2017-2024г. очертава следните фази:

Първа фаза „Зрялост“ (2011–2019): високо насищане на търсенето и мащабни инвестиции в капацитет на all-inclusive, с постепенно остаряване на част от базата в нискоценовия сегмент и повишени сезонни амплитуди.

Втора фаза „Шокова стагнация“ (2020–2021): пандемичен спад, краткосрочно преориентиране към вътрешния пазар и близки страни, частични затваряния/изчакване на леглови капацитет.

[11] UNESCO. Decision 45 COM 7B.179. Ancient City of Nessebar (Bulgaria) (C 217).// Available online at: UNESCO World Heritage Centre - Decision - 45 COM 7B.179. (11.09.2025)

Трета фаза „Подмладяване и „втора зрялост“ (2022–2024): възстановяване на чуждестранния поток с нова структура по пазари; **вход на международни брандове и продукти от по-висок сегмент** (напр. Hyatt Inclusive Collection – Secrets Sunny Beach, Dreams Sunny Beach – открити 2023 г.), модернизиране на услуги и навлизане на събитийни/спортни формати, които разширяват сезонността.[12]

В таблица 15 е предложено индикативно позициониране на продуктовите линии на община Несебър спрямо жизнения цикъл за периода 2017–2024. Таблицата сумира жизнените криви по отделни продукти и може да служи за стратегическа ориентация.

Таблица 15. Позициониране на продуктовите линии на община Несебър спрямо жизнения цикъл за периода 2017–2024

Продуктова линия с аргументация за периода 2017-2024г. по продукти	**Фази на жизнения цикъл на дестинацията**				
	Въвеждане	**Растеж**	**Зрялост**	**Насищане**	**Упадък**
НБЛМРТ - нискобюджетен летен морски рекреативен туризъм.				●	●
Свръхпредлагане в част от ниския сегмент и ценова ерозия след 2019; възстановяване с по-бавен темп спрямо средния сегмент. Данните за к.к. Слънчев бряг потвърждават масовия мащаб, но не и равномерен марж.					
СБЛМРТ - среднобюджетен масов морски продукт, (incl. all-inclusive)			●		
Подмладяване чрез обновяване/ребрандиране и навлизане на международни вериги (2023), по-стабилно възстановяване от основни пазари.					
Културно-познавателен туризъм		●			
Силен магнит (ЮНЕСКО), но с управленски условия и ограничения в стария град; потенциал за сезонно разширяване при контрол на натиска.					
Еко/селски туризъм (Иракли, местност „Калината“, с. Кошарица и Емона)	●	●			
Разгръщане на нишови форми (къмпинг, природни маршрути) в периферията на общината; добавя диверсификация и допълва морския продукт.					
Спортно-развлекателен/яхтен туризъм		●			
Събития в Марина „Диневи“ (яхтени регати, авто-рали, филм фест) и международен турнир по плажен волейбол (CEV) добавят имидж и извънпиков трафик.					
Конгресно-конферентен туризъм	●	●			

[12] Hospitality Net. Hyatt Announces the Opening of Four New Bulgarian Resorts. Available online at: Hyatt Announces the Opening of Four New Bulgarian Resorts .(11.09.2025)

(MICE)					
Ограничен мащаб, концентриран в няколко хотела (Sol Nessebar Palace, DIT Majestic, Helena Resort), но с потенциал за късно-пролетна/ранноесенна заетост.					
Фестивален туризъм		●			
Утвърден календар (международен фолклорен фестивал „Несебърски накит“, Национален фестивал на меда), ефект върху престой и извънпикови уикенди.					
Сватбен туризъм		●			
Устойчив ръст и интернационализация: 139 сватби (2022), 151 (2023), 152 (2024); силна роля на Стария Несебър и емблематичните храмове като сцена.[13]					
Хазартен туризъм			●		
Постоянно присъствие на казино-хотели в Слънчев бряг; нишов доходен сегмент, но без решаващ принос към сезонността.					

Източник: Таблицата е съставена от авторите

В пазарен контекст се очертават основни изводи и тенденции по ключови продуктови линии на община Несебър като туристическа дестинация както следва:

Масов морски продукт (НБЛМРТ/СБЛМРТ). В ниския сегмент се задържат симптоми на свръхкапацитет и ценово износване, докато средният сегмент се подмладява чрез обновяване и бранд-влизания на хотелски вериги, които повишават средната цена и удовлетвореността на гостите.

Културно-познавателен туризъм. Старият Несебър остава ядро и символ на идентичността, като управленските изисквания на ЮНЕСКО налагат прецизен контрол върху потоците, паркирането, рекламата и реконструкциите.

Еко/селски и природоориентиран туризъм. Защитени територии като **Иракли** (Натура 2000, BG0001004) и **Калината** (край Кошарица/Тънково) дават възможност за нишови продукти (къмпинг, тематични разходки, наблюдение на птици) и за хибридни комбинации „море + природа“ – важно условие за разгъване на крилата на туристическия сезон извън юли–август.

Събитийна и спортна продуктова линия. Марина „Диневи“ (Св. Влас) функционира като сцена за културни, лайфстайл и спортни събития, включително международен турнир по плажен волейбол (CEV Beach Pro Tour, юни 2024) – формат, който носи международна видимост и умерена дестинационна „антисезонност“.

[13] Официален сайт на Община Тенденцията за ръст на сватбите в Несебър се запазва и през 2024 - актуални новини Община Несебър // https://nesebar.bg/news/2025/02/11/svatben-tourism/, февруари 11, 2025.

Фестивален туризъм. Фолклорният фестивал **„Несебърски накит“** и **Националният фестивал на меда „Кирил Киров“** с над 20 издания са вече разпознаваеми „котви“ за късно-лятно туристическо търсене и кулинарно-културно позициониране.

Сватбен туризъм. Данните на общината и регионалните медии показват устойчива инерция: **~140–150 сватбени церемонии годишно** през 2022–2024 г., с растящ дял на смесени и изцяло чуждестранни двойки. Сватбеният туризъм се очертава като ефективен и имиджов пазарен сегмент с нисък сезонен риск.

MICE (конгресно-конферентен) туризъм. Скромен дял, но **функционално наличен**: конферентни центрове в **Sol Nessebar Palace**, **DIT Majestic**, **Helena Resort** и др. позволяват целенасочени кампании за пролетно-есенни събития (корпоративни събития, обучения и др.) – с потенциал за допълване на заетостта на легловата база и по-висока рентабилност на туристическия бизнес.

Хазартен туризъм. Наличието на **casino-хотели** (напр. Platinum Hotel & Casino – Слънчев бряг) очертава хазартния туризъм като стабилен, но нишов продуктов компонент; приносът на който е допълнителен, без съществен ефект върху сезонната крива на търсенето към дестинацията.

3.2.2 Цена за потребители на дестинация Несебър

В периода 2017–2024 г. ценовата среда на туристическото предлагане в община Несебър се формира под въздействието на три групи фактори: (i) общински и национални регулативни параметри (туристически данък, ДДС, концесионна политика спрямо плажните принадлежности), (ii) конкурентна структура на предлагането с преобладаващи масови морски продукти и висока еластичност на търсенето, (iii) динамика на експлоатационните разходи след 2022 г. (енергия, труд), както и (iv) инструментариум на стратегическото и тактическото ценообразуване в хотелиерството. На този фон България запази статута си на една от най-достъпните дестинации в ЕС по компонент „хотели и ресторанти“, но с отчетливо ускорение на местната инфлация в

същата компонента през 2022–2024 г. и частично „наваксване“ на цените в морските курорти.[14]

Първо, общинска и държавна рамка на цената.

Туристически данък. През 2017–2024 г. в община Несебър действаха по-ниски ставки на туристическия данък (напр. 0,45 лв. за 1–3★, 0,50 лв. за 4★, 1,00 лв. за 5★), а на 24.09.2024 г. Общинският съвет прие повишение, което влиза в сила от 01.01.2025 г.: 0,65 лв. на нощувка за клас А и Б (1–3★) и клас В; 0,75 лв. за клас А (4★); 1,20 лв. за клас А (5★). Решението е отразено в действащата Наредба за местните данъци на общината. За периода на настоящия преглед (до 2024 г. включително) обаче релевантни са старите, по-ниски нива на туристическия данък.[15]

ДДС. Постоянната намалена ставка от 9% за хотелиерски услуги (настаняване) е приложима през целия период и представлява устойчив ценово-стимулиращ фактор. В отговор на COVID-19 временно беше въведена намалена ставка от 9% за ресторантьорски услуги (удължавана до 31.12.2024 г.), както и намаление на ставката за „обща туристическа услуга“ до 30.06.2024 г.; от 2025 г. ресторантьорските услуги се връщат по стандартната ставка 20% (извън обхвата на анализирания период)[16].

Плажни принадлежности. През сезон 2020 държавата наложи минимум 50% намаление на цените на чадъри и шезлонги (на места – безплатни), което понижи стойността на крайната „кошница от стоки и услуги“ за туриста в пика на пандемията. В обхвата бяха и плажове на територията на община Несебър (напр. Елените 2). След отпадането на мярката цените постепенно се нормализираха и в някои места по Южното Черноморие цените на плажните съоръжение достигнаха 20–30 лв. за комплект (чадър с два шезлонга) в следващите сезони.[17]

---

[14] Eurostat. Household consumption: price levels in 2024 - News articles - Eurostat. 19 June 2025; YCharts. Bulgaria Consumer Price Index: Hotels and Restaurants (Mont…. 195.13 for Jul 2025

[15] ОС Несебър. НАРЕДБА № 14 за определяне размера на местните данъци | ОС Несебър. 02 януари, 2025

[16] Ministry of Economy and Industry VAT reporting and refund ● Ministry of Economy and Industry, 2025.09.11; PwC. Bulgaria - Corporate - Other taxes. 04 March 2025;

[17] PressCenters.com v2.0.20231102 © 2016-2025 - Open source system // Информация за цени на чадъри и шезлонги на морските плажове за лято 2020 - PressCenters.com. вт, 26 май 2020 18:56; Businessnovinite.bg. Цените по морето: Чадър и шезлонг стигат до 30 лв. на ден - Бизнес новините. 25.06.2025

Второ, структура на предлагането и ценова конкуренция

На фона на налични специализирани видове и форми на туризъм (културно-познавателен, историко-археологически, фестивален и др.), продуктовата палитра в община Несебър продължава да е доминирана от сезонен морски ваканционно-развлекателен туризъм с висока степен на взаимозаменяемост между конкурентите в Средиземноморието и Източното Средиземноморие. В такава конфигурация цената остава водещ диференциатор, а „горният праг“ се определя от съседни/сравними дестинации. Съпоставимите индикатори по линия на ЕС показват, че през 2022–2024 г. България има най-ниски ценови нива в ЕС за сектора „ресторанти и хотели“ – около 51–53% от средното за ЕС, което структурно поддържа конкурентоспособността на местните курорти.[18] Сравнителни потребителски „кошници“ за 2024 г. потвърждават същото: к.к. Слънчев бряг (в рамките на община Несебър) е най-достъпният курорт в семейния барометър на британския Post Office за 10 типични туристически стоки и услуги, изпреварвайки турски, гръцки, хърватски и португалски дестинации[19]. Това „закотвя“ дестинацията в ценово чувствителните сегменти на европейските пазари.

Община Несебър се позиционира като ценово „достъпна“ дестинация, но с поскъпване след 2022 г. От 2017 г. насам международни сравнения систематично поставят к.к. Слънчев бряг сред най-евтините европейски морски курорти и с най-добра

[18] Eurostat. Household consumption: price levels in 2022 - News articles - Eurostat. 21 June 2023

[19] Post Office. // Family Holiday Report names European resorts where British holidaymakers will get more for their money | Post Office Media (11.09.2024). Потребителската **„кошницата“ от туристически стоки и услуги на Post Office Family Holiday Costs Barometer за ценови сравнения на дестинации включва** следните **10 стандартни артикула**, представителни за разходите на семейство туристи на място:

1. **Чаша кафе** (бар/кафене)
2. **Бутилка бира/лагер** (бар/кафене)
3. **Бутилка/кен кола** (бар/кафене)
4. **Чаша вино**
5. **Минерална вода 1,5 л** (магазин/супермаркет)
6. **Слънцезащитен крем**
7. **Репелент против насекоми**
8. **Две детски порции пица или паста**
9. **Обяд от 2 ястия за двама възрастни**
10. **Семейна вечеря от 3 ястия**, включително **вино/безалкохолни напитки**.

Цените по курорти са събрани с помощта на TUI и туристически офиси в участващите страни, а конверсията е направена по средния курс от средата на юли за онлайн транзакция от £500.

потребителска стойност на продукта за парите на клиента (value-for-money) – устойчив сигнал към масовия пазар за бюджетни и all-inclusive продукти.[20] В същото време след пандемията се наблюдава покачване на цените: според Post Office през 2023 г. потребителската „кошница“ в к.к. Слънчев бряг нараства с ≈41% на годишна база (въпреки че дестинацията остава относително евтина), а през 2024 г. курортът възстановява първата си позиция при семейните пътувания, макар и с ново 9,8% годишно поскъпване.[21] Форматът „all inclusive“ продължава да има значителен пазарен дял в к.к. Слънчев бряг/Несебър и подпомага задържането на общата ценова потребителска „кошница“ в ниския сегмент посредством предлагане на туристически пакети (пътувания с обща цена) и обемни договори за леглови контингенти с туроператори, но със силна ценова еластичност.

Трето, нарастващи оперативни ограничения и влияния върху крайната цена за потребител.

Разходи за труд. Минималната работна заплата нарасна от 460 лв. (2017) до 933 лв. (2024), което, заедно с дефицитите на персонал в курортните сезони, увеличи разходите на единица туристическа услуга.

Инфлация в сектор „хотели и ресторанти“. Хармонизираният индекс на потребителските цени за България в раздел „ресторанти и хотели“ се повиши след 2021–2022 г., като през 2024 г. индексът се намира значително над базата (2015 = 100), което потвърждава системно нарастване на цените на настаняването и изхранването.[22]

Енергийни разходи. Европейската енергийна криза през 2022 г. и волатилността на електроенергията доведоха до извънредни компенсационни механизми за бизнеса в

[20] BNR. Sunny Beach is best value destination for British tourists: UK Post Office Holiday Costs Barometer. 2017. published on 4/14/17 2:28 PM // Sunny Beach is best value destination for British tourists: UK Post Office Holiday Costs Barometer 2017 - News. (11.09.2025)

[21] MARMARISINFO.COM. 2023 Worldwide Holiday Costs Barometer Post Office Press Release // 2023 Worldwide Holiday Costs Barometer Post Office Press Release - Marmaris Turkey Official Website (11.09.2025)

[22] YCharts.Bulgaria Consumer Price Index: Hotels and Restaurants (I:BCPIHRNM). 195.13 for Jul 2025 // Bulgaria Consumer Price Index: Hotels and Restaurants (Mont… (11.09.2025)

България, което индиректно показва силен разходен натиск върху хотелиерството през сезоните след 2022 г.

Ефект върху хотелските тарифи. В резултат на горните фактори за сезон 2024 се отчита 10–25% ръст на цените хотелските услуги спрямо предходния сезон в хотели по Южното Черноморие – при паралелен ръст на предварителните резервации.

Изводът за община Несебър е, че „комфортът“ на ценообразуване с евтини производствени фактори постепенно изчезва; натискът върху маржовете налага по-висока производителност, активно управление на приходите (revenue management) и прецизно управление на туристическите пакети и допълнителните услуги.

Четвърто, стратегическо и тактическо ценообразуване

До 2024 г. се наблюдава неравномерна степен на усвояване на инструменти като динамично/сезонно ценообразуване, управление на дохода и приходите (yield/revenue management) и интеграция на канални мениджър - системи (channel-manager) с OTA-дистрибуционни канали. По-големите и международно управлявани хотелиерски обекти еволюират по-бързо, докато част от семейните хотели запазват *каталожно ценово мислене* с акцент върху „ранни записвания“ и туристическите пакети. Професионалната литература и браншовите източници за България трайно препоръчват внедряване на практики за управление на приходите като стандарт.

В обобщение изводът е, че за периода 2017–2024 г. община Несебър запазва конкурентно ценово позициониране на европейския пазар за морски ваканционен туризъм, поддържано от ниска относителна ценова база на България и 9% ДДС върху хотелското настаняване. След 2022 г. обаче разходният натиск (труд, енергия, консумативи) и частичното „наваксване“ на цените доведоха до осезаеми годишни увеличения на курортните цени, макар и без промяна на относителното предимство спрямо предлагането на алтернативни дестинации. За да се избегне „ценовият капан“ на нискобюджетното позициониране, е необходимо последователно надграждане на стойността на „тоталния“ туристически продукт чрез потребителски преживявания и широко прилагане на практиките за управление на приходите с фокус върху сегментацията, дълбочината на дистрибуцията и управлението на сезонността.

За анализа на цената за потребител на община Несебър като туристическа дестинация е важно по-детайлно представяне на оценката на съотношението „качество–цена“ на туристическия продукт за изследвания период.

Под „съотношение качество–цена“ (value-for-money, VfM) се разбира възприеманата полезност на туристическия продукт от туриста спрямо реално заплатената от него потребителска „кошница“ от стоки и услуги на място. За ценовия компонент се използват независими сравнителни барометри на разходите на туристите в курортите (годишните Family Holiday/Worldwide Holiday Costs Barometer на Post Office Travel Money) и сравнителните нива на цени за сектор „ресторанти и хотели“ на Eurostat. Качеството обхваща международно признати индикатори за налична природно-културна и екологична стойност (напр. статута на Стария Несебър като обект на ЮНЕСКО и концентрация на плажове със сертификат Син Флаг (Blue Flag). Наличието на посочените културни и екологични статути на курортите се интерпретира като „обективна“ добавена стойност към типичния морски ваканционен продукт. За избягване на двусмислие следва да се уточни, че водещите масови плажно-ваканционни продукти в община Несебър се реализират основно в курорта Слънчев бряг, който е на територията на общината.[23]

Динамиката на изменение на показателя vfM по етапи на периода 2017–2024г. за к.к. Слънчев бряг е както следва:

- **2017–2019 (преди COVID-19):** Слънчев бряг последователно заема първа позиция по критерия „достъпност на потребителската кошницата“ сред европейските морски курорти в барометрите на Post Office – № 1 през 2017 г. (четвърта поредна година), 2018 г. и 2019 г. Това формира стабилна представа за изключително високо

[23] Post Office. Family Holiday Report names European resorts where British holidaymakers will get more for their money // Family Holiday Report names European resorts where British holidaymakers will get more for their money | Post Office Media (11.09.2025); Eurostat. Comparative price levels of consumer goods and services // Comparative price levels of consumer goods and services - Statistics Explained - Eurostat (11.09.2025); UNESCO. Ancient City of Nessebar - UNESCO World Heritage Centre. (11.09.2025)

VfM на дестинацията спрямо директните конкуренти в Гърция, Турция, Хърватия и Кипър.[24]

- **2020–2021 (COVID-19):** Извънредни регулаторни решения – наложените мерки за минимум 50% намаление/на места нулеви цени за чадъри и шезлонги през сезон 2020 – понижиха стойността на потребителската „кошница“ и временно подкрепиха VfM на българските черноморски курорти, включително тези в община Несебър.
- **2022–2024 (възстановяване и инфлационен натиск):** След 2022 г. цените в курортите нараснаха, но през лятото на 2024 к.к. Слънчев бряг отново е № 1 по ниска стойност на потребителската „кошница“ за семействата сред 16 европейски курорта в класацията на Post Office Family Holiday Costs Barometer. Стойността на потребителската „кошница“ на Слънчев бряг през 2024г. е £110.47 и изпреварва Мармарис (Турция) и Алгарве (Португалия). На равнище ЕС България остава най-евтината страна в категория „ресторанти и хотели“ и през 2024г. (≈53% от средното за ЕС през 2024 г.), което структурно поддържа относителното ценово предимство на дестинацията.[25]

Ценово сравнение на к.к. Слънчев бряг с конкурентни дестинации по данни за 2024 г.

Данните в таблица 16 дават ориентир за крайни разходи на туриста в отделните курорти и са директно съпоставими по конкуриращи се дестинации за морски ваканционен туризъм.

[24] Emerging Europe. Bulgaria’s Sunny Beach is the cheapest resort in Europe. April 9, 2019 // Bulgaria's Sunny Beach is the cheapest resort in Europe - Emerging Europe; **idealista.** These are the Top 10 cheapest European beach destinations // These are the Top 10 cheapest European beach destinations — idealista/news

[25] Post Office. Family Holiday Report names European resorts where British holidaymakers will get more for their money | Post Office Media (11.09.2025).

Таблица 16. Стойност на „кошница“ от 10 често купувани на място стоки и услуги от туристите по курорти за 2024 г.

Дестинация (курорт)	„Кошница“ (10 позиции), £	Разлика спрямо Слънчев бряг
Слънчев бряг (BG)	**110.47**	–
Мармарис (TR)	116.94	+£6.47 (**+5.9%**)
Алгарве/Албуфейра (PT)	124.24	+£13.77 (**+12.5%**)
Коста дел Сол (ES)	138.00	+£27.53 (**+24.9%**)
Пафос (CY)	144.48	+£34.01 (**+30.8%**)
Пореч (HR)	177.48	+£67.01 (**+60.7%**)
Ибиса (ES)	229.21	+£118.74 (**+107.5%**)

Източник: Post Office Family Holiday Report 2024 [26]

През 2024 г. Несебър/Слънчев бряг предлага потребителска „кошница“ за туристите с най-ниска стойност в Европа сред сравнимите масови морски курорти, като разликите спрямо водещи конкурентни дестинации са двуцифрени проценти в полза на Несебър. Същевременно конкурентът Мармарис се приближава ценово (разлика ~6%), което подсказва, че ценовата дистанция спрямо Турция е най-къса, докато спрямо Гърция/Кипър/Хърватия/Испания предимството остава значително.

Качествени предпоставки на VfM в община Несебър.

Качеството на туристическото изживяване в общината има силни „структурни“ активи, които повишават полезността на тоталния туристически продукт независимо от ниската стойност на потребителската кошница за туристите. Качествените активи на дестинацията са

- **Старият Несебър** е обект на Списъка на световното наследство на ЮНЕСКО (от 1983 г.) – уникален културен ресурс, който добавя стойност за туристическо духовно и емоционално изживяване извън обхвата на чисто плажния продукт;

[26] Post Office. // Family Holiday Report names European resorts where British holidaymakers will get more for their money | Post Office Media (11.09.2024).

- През 2024 г. **най-големият брой отличени със „Син флаг“ плажове у нас са на територията на община Несебър**, което говори за стандартизирани екологични условия на плажуване и качество на обслужване;
- Слънчев бряг и другите курорти в общината са официално интегрирани в туристическата система на община Несебър (институционална рамка и общински туристически портал).

Посочените фактори повишават възприетото качество и в комбинация с благоприятната ценова база усилват VfM.

В обобщение се налага изводът, че в рамките на разглеждания период община Несебър поддържа „високо до много високо“ съотношение качество–цена спрямо основните конкурентни морски дестинации в Източното Средиземноморие и Югоизточна Европа. Преди пандемията (2017–2019) дестинация Несебър е безусловен лидер по достъпност на потребителската „кошница“ за туристите; през 2020–2021 VfM допълнително се подпомага от регулаторни облекчения по плажните услуги; в пост-COVID фазата (2022–2024) цените нарастват, но дестинацията възстановява позиция № 1 през 2024 г. при европейските семейни курорти и запазва значителен ценови марж спрямо гръцки, хърватски, кипърски и испански алтернативни дестинации. В същото време разликата спрямо Турция се свива, което означава, че ценовата конкуренция в ниския сегмент е най-силна именно по оста България–Турция. Качествените опори (ЮНЕСКО, „Син флаг“ портфейл) и специализацията в семейни/пакетни формати (вкл. all-inclusive) поддържат възприетата от туристите „стойност за парите“ на равнище над конкурентните дестинации.

На основата на представената информация е възможно да се състави VfM-карта (Цена ↔ Качество) за община Несебър спрямо конкурентни курорти към 2024 г. (таб. 17)

Таблица 17. VfM карта по критерия „цена ↔ качество“ за община Несебър спрямо конкурентни курорти към 2024 г. [27]

Дестинация	„Кошница“ 10 позиции (GBP)	Цена (точ-куване 1–5)	UNESCO	Син флаг (оценка*)	Качество (точкуване 1–5)	VfM индекс (1–5)	Ранг VfM
Несебър (Слънчев бряг)	110.47	5.0	Да	висока	4.8	4.90	1
Мармарис (TR)	116.94	4.6	Не	висока	3.2	4.03	2
Алгарве (PT)	124.24	4.2	Не	висока	3.4	3.87	3
Пафос (CY)	144.48	3.0	Да	висока	4.8	3.69	4
Родос (GR)	156.93	2.2	Да	много висока	5.0	3.34	5
Пореч (HR)	177.48	1.0	Да	много висока	5.0	2.60	6
Крит/Кос (GR, средно)	165.27	1.7	Не	висока	3.4	2.40	7

Източник: Таблицата е съставена от авторите

Изводът е, че за разглеждания период, при състояние към 2024 г., Несебър (Слънчев бряг) запазва най-високо VfM в сравнение с посочените конкуренти, благодарение на най-ниска стойност на „кошницата“ от туристически стоки и услуги и висока качествена основа (ЮНЕСКО + множество „Син флаг“ плажове). Мармарис се позиционира втори главно заради близката до Несебър ценова достъпност, но отсъства ЮНЕСКО-компонент. Алгарве и Пафос са по-скъпи от Несебър, но поддържат добри VfM стойности чрез силна плажна сертификация (и ЮНЕСКО при Пафос). Родос и

[27] Методика на съставяне на таблицата: (i) Цена: използвана е „семеена кошница“ от 10 често купувани на място стоки и услуги (обяди, напитки, слънцезащита и др.) по данни на Post Office Family Holiday Costs Barometer 2024 за конкретни курорти: Слънчев бряг, Мармарис, Алгарве, Пафос, Пореч, Родос, Крит и Кос. За „Крит/Кос“ е изчислена средна стойност от двете островни стойности в барометъра. Ценовият скоринг (1–5) е min-max нормировка върху тази извадка (5 = най-ниска кошница/най-добра цена). Използвана е линейна min–max нормализация върху цената на „кошницата“, инвертирана така, че по-ниска цена да дава по-висок скоринг. Формулата е: *Цена (скоринг)=1+4* (Pmax-P/Pmax-Pmin) = 5-4*(P-Pmin/Pmax-Pmin),* където *P* е стойността на „кошницата“ (GBP), *Pmin* и *Pmax* са съответно минималната и максималната стойност сред дестинациите. Резултатът е закръглен до една десета (ii) Качество: композитен скоринг (1–5) като 60% присъствие/концентрация на „Blue Flag“ в дестинацията/региона и 40% наличие на обект на ЮНЕСКО в самата дестинация. „Син флаг“ е оценено на база официални/туристически източници за 2024 г. (напр. Родос ~54 плажа, Алгарве ~86, Пореч 21, община Несебър – няколко сертифицирани плажа, Пафос – многобройни в района; ≥3 в Героскипу; Мугла/Мармарис – регион с много „Син флаг“ плажове). *„Син флаг“ оценката* отразява относително ниво на сертификация (висока/много висока), а не брой сертифицирани плажове. ЮНЕСКО: Несебър, Родос, Пафос, Пореч имат обекти; Мармарис, Алгарве, Крит/Кос – не (към 2024 г.; бел. за Крит в бележките). (iii) VfM индекс = 0.6 × Цена (скоринг) + 0.4 × Качество (скоринг).

Пореч имат много силно качество (ЮНЕСКО + висока „Blue Flag“ концентрация), но по-високата стойност на потребителската „кошница“, което сваля общия им показател за VfM. Комбинираната дестинация „Крит/Кос“ показва най-ниско VfM в тази извадка поради по-високи текущи разходи на туристите, въпреки много добрата плажна сертификация.

3.2.3 Дистрибуция на туристическите продукти на община Несебър

В периода 2017–2024 г. дистрибуцията на туристическите продукти на община Несебър претърпя съществени структурни промени под въздействие на три групи: фактори (i) фирмени шокове и консолидация в туроператорския дистрибуционен канал. Фалитът на Thomas Cook през 2019 г. и несъстоятелността на FTI Group през 2024 г. прекроиха особено германския и британския пазар на ваканционни туристически пакети; (ii) ускорена дигитализация на търсенето и предлагането след пандемията, с отчетливо нарастване на дела на онлайн дистрибуционните канали, OTA и метатърсачките; (iii) инфраструктурни и пазарни динамики в региона на Летище Бургас (BOJ), включително разширяване на нискотарифните и редовни връзки, които прекроиха географията на емитивните пазари (засилване на туристическите посещения от Обединеното кралство, Полша и Чехия).

Докладите на UN Tourism потвърждават бързото глобално възстановяване на международните пътувания през 2022–2023 г., което изведе Европа близо до предпандемичните равнища и върна търсенето към по-предсказуема динамика на проявление през 2024 г. [28] В същия хоризонт независими анализи на цифровите дистрибуционни канали показват, че към 2023 г. дигиталните канали генерират средно около 60% от приходите от продажбите на нощувки при хотелите (на база големи международни извадки), което изисква реинженеринг на маркетинг-микса и продуктово-пакетните политики на дестинацията.[29]

[28] World Tourism Organization (2023), International Tourism Highlights, 2023 Edition – The impact of COVID-19 on tourism (2020–2022), October2023, UNWTO, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284424986.
[29] D-EDGE. Hotel Distribution Report 2024 Have Direct Bookings Reached a Peak? //Hotel-Distribution-Report-2024-EN.pdf

Туроператори и турагенти

Ролята на чуждестранните туроператори остава стратегическа за базовите морски продукти на територията на община Несебър - Слънчев бряг–Несебър, Свети Влас, Обзор, както и за пакетите „културно-историческо наследство + море“ със силен акцент върху Стария Несебър (ЮНЕСКО). В периода 2017–2019 г. британският и германският организиран туристически поток се опираше на големите европейски туроператори-генералисти (TUI Group, DER Touristik, Schauinsland-Reisen, Alltours и др.), както и на специализирани оператори по пазари (полски: Itaka, Rainbow Tours; чешки/словашки и др.). Фалитът на Thomas Cook (с приблизително 350–450 хил. туристи годишно към България) през септември 2019 г. предизвика краткосрочни загуби за хотелиерите и необходимост от преразпределение на легловите капацитети и туристическите договори за сезон 2020, включително на Българското Черноморие.[30] Последвалата пандемия COVID 19 допълнително редуцира пакетните туристически програми през 2020–2021 г., с възстановяване от 2022 г. насетне. През юни 2024 г. несъстоятелността на FTI Touristik (3-тият по големина туроператор в Германия) нанесе нов удар в германската дистрибуционна система, довела до преконфигуриране на туристическите програми и пренасочването им към други партньори.[31]

На фона на тези сътресения регионалната авиационна свързаност подсили относителната тежест на полския, британския и чешкия пазар за Бургаското крайбрежие: през 2024 г. сред топ 5 пазари на Летище Бургас са Обединеното кралство, Полша и Чехия, заедно с Германия и Израел. Това е показателно за дистрибуцията на дестинация Несебър, тъй като отразява преструктуриране на туристическото предлагане на дестинацията по туроператорски и авиационни нискотарифни програми от тези страни.[32] На тази основа възниква необходимостта общинските и местни браншови

[30] Insider Inc. Bulgarian Tourism Faces Serious Challenge From Thomas Cook Collapse - Business Insider (12.09.2025); Emerging Europe. Thomas Cook collapse could have 'grave consequences' for Bulgarian tourism - Emerging Europe (12.09.2025);

[31] TravelDailyNews Media Network. Companies of the FTI Group file for insolvency (12.09.2025); Nieding + Barth 2025 // FTI Touristik GmbH Insolvenz - FTI Touristik GmbH Insolvenz (12.09.2025);

[32] Fraport AG. Frankfurt Airport Services Worldwide. //. Burgas Airport and Varna Airport with 3.4 million passengers served in 2024. (12.09.2025);

структури да приоритизират търговските си взаимоотношения с германски и полски оператори (вкл. за партньорство за запълване на капацитети след фалита на FTI), както и целенасочено партньорство с чешки/словашки организатори за културно-познавателни и комбинирани туристически пакети към Стария Несебър. Допълнително, за да се постигне продуктова диференциация извън масовия летен поток, е целесъобразно развитие на B2B програми с нишови европейски туроператори за културно наследство, фестивали, сватбен и MICE туризъм, морска археология и тематични градски разходки – сегменти, в които ресурсната база на Несебър (обект на ЮНЕСКО) носи ясно конкурентно предимство.

Специални канали за разпределение (авиокомпании, MICE, стратегически партньорства)

Специалните канали се разшириха осезаемо чрез авиационна свързаност и MICE-инфраструктура по Южното Черноморие. През лято 2024 г. към Бургас бяха оперирани връзки от нискотарифни и редовни превозвачи (напр. Wizz Air с линии от Лондон Лутън, Виена, Будапеща, Гданск, Катовице, Лублин, Варшава; Discover Airlines с Франкфурт–Бургас), което улесни динамичното туристическо пакетиране и засили ролята на директните онлайн продажби в дистрибуционната канална комбинация.[33] От гледна точка на конгресно-конферентния туризъм, Международният конгресен център – Бургас (ICCB) функционира като целогодишна, модерна локация на 20 минути от летището и в близост до крайбрежната база за настаняване, създавайки възможности за „satellite meetings“ и хибридни формати с дневни културни програми в Несебър.[34] На общинско ниво силна добавена стойност дава и ЦКО „Артиум“ – съвременната градска инфраструктура в новата част на Несебър, която може да играе ролята на „last-mile“ място за прием на малки конференции, фестивали и културни формати, синхронизирани с музейните пространства в Стария град.[35]

[33] Fraport AG Frankfurt Airport Services Worldwide // Burgas Airport expects Summer 2024 with flights from over 85 destinations in 25 countries (12.09.2025);
[34] ICCB.// Why Burgas? | International Congress Center Burgas (12.09.2025);
[35] 2025 Architizer, Inc // ARTIUM - center of culture and education and town square reconstruction by 24arch - Architizer (12.09.2025);

Печатни информационни канали

Ролята на печатните носители като дистрибуционен канал видимо намаля в разглеждания период поради цифровизацията на предлагането и потреблението. Доказателства от хотелската дистрибуция показват устойчива миграция на приходите към дигиталните канали, което налага печатните материали да се преосмислят като допълващ, „сигнализация и обозначение“ („signal & signposting“) инструмент, интегриран с QR-кодове, UTM-маркиране и проследимост към официалните сайтове и резервационни звена (музей, турове, събития). В тази логика е целесъобразно обновяване на имиджовите брошури и тематичните продуктови листове („Старинен Несебър – Световно наследство“, „Фестивален Несебър“, „Златна есен 65+“ и др.) така, че те да съдържат конкретни оферти/периоди и лесен портал (gateway) към онлайн покупка/резервация.

Общински туристически информационни центрове (ТИЦ)

За разлика от предходни години, към 2023–2025 г. община Несебър поддържа вече два туристически информационни центъра: ТИЦ 1 в Стария град, който от 2025 е в нови, модерни помещения и на нов адрес (гр. Несебър, ул. „Месамбрия“ № 19) и който е в процес на сертификация от Министерството на туризма и **ТИЦ 2** в новата част – пл. „Жулиета Шишманова“, ЦКО „Артиум“ (партер), включен в списъка на сертифицираните от Министерството на туризма центрове. [36] Информационните центрове създават добра база за стандартизиране на обслужването, разширяване на продуктово-информационните услуги (вкл. продажба на официални сувенири, карти, комбинирани музейни билети и тематични турове) и внедряване на цифрово измерване на натовареността (броячи на крачки /footfall counters/, CRM регистри с изрично съгласие и сегментация по произход/интерес).

Директен маркетинг

Еволюцията на дигиталните технологии превърна директния маркетинг и CRM в критично предимство за канала „директни резервации“ (официални сайтове, имейл и

[36] Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria // Nessebar | Ministry of Tourism (12.09.2025);

мобилни приложения). След 2018 г. всички активности в ЕС попадат под изискванията на Регламент (ЕС) 2016/679 (GDPR) за защита на личните данни– валидно правно основание, прозрачност, управляемо съгласие, право на възражение (чл. 21) и лесна отмяна на дадено съгласие. За Несебър това означава изграждане на базиран на разрешения CRM (permission-based CRM) с Абонамент в две стъпки (double opt-in), ясни политики за съхранение и сегментационни практики, съобразени с насоките на Европейския комитет по защита на данните. Препоръчително е общината, в партньорство с местния бранш, да организира системни обучения по автоматизация на електронни адреси (e-mail automation), информация директно от клиенти и потребители (first-party data), ретаргетинг и метатърсачки, както и познавателни пътувания „fam trips“ и уебинари за партньорски оператори и агенти.

Онлайн дистрибуция и дигитална екосистема на дестинацията

Официалната дигитална екосистема на дестинацията включва туристическия портал VisitNessebar[37] (многоезичен), общинския сайт и сайта на Музей „Старинен Несебър“, като те предоставят базова навигация по атракции, събития и контактни точки на ТИЦ. Поддържането и интегрирането на тези платформи е ключово за канал „директни резервации/запитвания“ и за насочване на трафик от метатърсачки и социални медии. На национално ниво през разглеждания период действаха Националният туристически регистър (НТР) и **Единната система за туристическа информация (ЕСТИ)** – задължителна за подаване на данни за реализирани нощувки от 2019 г., с достъп за НСИ, НАП и общините; това позволява по-точно планиране на дистрибуцията и контрол на таксите. За община Несебър интеграцията на локални данни/услуги с ЕСТИ и НТР (вкл. от ТИЦ и музейните обекти) би подобрила наблюдението върху реалното търсене и каналния микс.

На равнище пазарни тенденции за 2017–2024 г. се наблюдава отчетлив ръст на OTA/метатърсачки и на краткосрочните наеми (STR) като част от дистрибуционната

[37] visitnessebar.org // Visit Nessebar - Туристически портал на Община Несебър. (12.09.2025); Официален сайт на Община Несебър // Община Несебър - официален сайт | новини от Несебър, видео новини, административна информация (12.09.2025); Ancient Nessebar Museum // Museum Ancient Nessebar (12.09.2025);

система. Глобалните данни потвърждават водещата позиция на Booking Holdings в Европа и растящите обеми на онлайн резервациите, докато в ЕС през 2024 г. бе приет Регламент (ЕС) 2024/1028, който урежда събирането и споделянето на данни за краткосрочните наеми – релевантно за контрола и маркетинговото профилиране на смесената база „хотели + апартаменти/къщи за гости“ в дестинацията.[38] С оглед нарастващата тежест на дигиталните канали в хотелската дистрибуция следва да се приоритизират стратегии за метатърсачки (Google Hotel Ads и др.), оптимизация на бранда, използване на структурирани данни/OTAs и комуникация в социалните мрежи с проследимост на ROAS и принос към общата заетост.

Туристически информационни продукти и междусекторни партньорства

Старият Несебър като обект на ЮНЕСКО е естествена платформа за развитие на тематични продуктови линии с висока добавена стойност – „историко-археологически“ турове, „фестивален Несебър“, „романтичен/сватбен туризъм“, „несезонни културни уикенди“, „винено-гастрономически маршрути“ и др. Стандартизирани комбинирани билети (музей + църкви + тематична обиколка) и динамични туристически пакети със сезонни цени и ясно дефинирани „резервационни прозорци“ могат да се дистрибутират ефективно през официалния портал, OTA-канали, метатърсачки и туроператори по целеви пазари.

В обобщение се налага изводът**,** че от 2017 до 2024 г., следвайки пазарната логика, дистрибуцията на дестинация Несебър преминава постепенно от доминиращ туроператорски модел на продажби към многоканална система, където OTA/метатърсачки, директните дигитални канали и авиационните партньорства са равностойни двигатели на търсенето. MICE/фестивалните туристически продукти добавят извънсезонна устойчивост на дестинацията. За да капитализира върху тази трансформация, дестинацията следва да: (i) управлява активно риска и зависимостите от отделни туроператори, (ii) изгради дигитална архитектура за директните канали за

[38] 2025 Booking Holdings Inc. // Booking Holdings Inc. - Financials - Annual Reports; Booking Holdings > Annual Reports > 2024 Annual Repor // Boobkng-20231231; European Union. EUR-Lex// Regulation - EU - 2024/1028 - EN - EUR-Lex.

дистрибуция („direct-first“) с измерим принос към заетостта на легловата база и приходите от туристи, (iii) превърне ТИЦ в данъчно-съвместим и GDPR-съответстващ „омниканален възел“, и (iv) използва националните системи (ЕСТИ/НТР) за интелигентно планиране и оценка на резултатите. Тази посока е в синхрон със следпандемичните тенденции, установени от UN Tourism и OECD, и съответства на наблюдавания в региона на Бургас пазарен профил през 2024 г.[39]

3.2.4 Комуникация на община Несебър като туристическа дестинация

През периода 2017–2024 г. комуникацията на община Несебър като туристическа дестинация преминава през значима еволюция от „*аналогови материали-първо*“ към ясно изразена „*digital-first/ дигитални-първо*“ стратегия. Тази трансформация се проявява в консолидация и обновяване на официалните онлайн канали на общината, по-интензивно присъствие в социалните мрежи и изнасяне на съдържание към глобалните платформи, които действително формират намеренията за пътуване (Google Travel/Things to do, TripAdvisor и др.). Паралелно с това, форматите за офлайн промотиране са редуцирани и пренастроени да работят като „вход към дигиталното“ (QR кодове, кратки URL, UTM-тагове), а институционалната инфраструктура за обслужване на посетители (два туристически информационни центъра и новият културно-образователен център „Артиум“) се превръщат в постоянна сцена за културно съдържание, събития и видеострийминг. Кулминацията на периода е отбелязването на 40-годишнината от включването на Старинен Несебър в Списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО през 2023 г., което се използва като значим комуникационен повод за международна разпознаваемост на дестинацията и организационно „закрепи“ фокуса върху наследството, събитийността и модерните

[39] World Tourism Organization (2023), International Tourism Highlights, 2023 Edition – The impact of COVID-19 on tourism (2020–2022), October2023, UNWTO, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284424986; Organisation for Economic Co-operation and Development. // OECD Tourism Trends and Policies, 8 July 2024; Fraport AG Frankfurt Airport Services Worldwide // Burgas Airport and Varna Airport with 3.4 million passengers served in 2024;

визуални формати (3D mapping, пиро-музикални спектакли, кратки видеа за социални мрежи).[40]

Традиционни рекламни

Функцията на печатните носители и сувенирните артикули в общинската комуникация се променя от „основен канал за информация“ към „тактилна (допирно-осезаема) подкрепа на дигиталното изживяване“. Днес пътеводителят следва да бъде замислен като компактен, визуално богат „портал“ („gateway“) към актуални, динамично обновявани онлайн ресурси, вместо като статична енциклопедия. Практиката на водещи дестинации показва, че два добре разграничени формата са работещи и икономически оправдани: представителен А4 или А5 „*trade“ пътеводител* за международни борси и b2b срещи (акцент върху имиджови фотосесии, карти на тематични маршрути, инфографики за достъпност и устойчивост) и *„in-destination“ джобни издания* за Стария град, Новия град и съставните населени места (обвързани със строго локални POI, ясно обозначени пешеходни маршрути и QR-кодове към мултимедийни страници с работно време, билети и аудио-гидове). Във всички печатни формати е препоръчително последователно използване на QR-кодове към официалните страници на **VisitNesebar.bg** и към „**Visit World Heritage**“ профила на ЮНЕСКО, защото именно тези домейни гарантират най-висока актуалност на съдържанието и авторитет на информацията, както и правилни указания за транспорт и достъп (напр. препоръка за ползване на летище Бургас, разположено на ок. 25 км от Несебър)[41].

Печатните карти на общината трябва да запазят минималистичен дизайн, но да включват ясно очертани тематични пешеходни маршрути в Старинен Несебър (историческо ядро, „църквите на Несебър“, „панорамни точки и залези“, „археологически обекти“), както и легенда за достъпност (рампи, санитарни възли, почивни зони), а във всяка легенда да присъства линк към съответната интерактивна карта във **VisitNesebar.bg**. Така материалите остават „живи“: хартиената карта въвежда,

[40] Официален сайт на Община Несебър. //УТРЕ СЕ НАВЪРШВАТ 40 ГОДИНИ ОТ ВПИСВАНЕТО НА НЕСЕБЪР В ПРЕСТИЖНАТА ЛИСТА НА ЮНЕСКО - АКТУАЛНИ НОВИНИ ОБЩИНА НЕСЕБЪР (13.09.2025)

[41] Nessebar Municipality Official Tourist Website // VisitNessebar.bg city travel site; Museum of Ancient Nessebar // Ancient City of Nessebar, Bulgaria | World Heritage Journeys of Europe.

а интерактивната карта в сайта довежда до актуален график на музеи и обекти, до „събития днес/утре“ и до интегрирани билети (където са налични).

По отношение на рекламния филм „Несебър и морето – любов завинаги“ (2017) – видеото е достъпно в официалния YouTube канал на общината и в страницата „Видео“ на туристическия портал. Добра практика е периодично да се извеждат 30–90-секундни ремиксове (vertical/shorts формат) по тематични линии – „историческо наследство“, „фестивали“, „морски панорами“, „кулинария“ – и да се разгръщат като кампании в Instagram Reels, YouTube Shorts и TikTok. Късата видеоформатна екосистема от 2021–2024 г. е доказано ефективна за вдъхновяване на пътувания и „destination discovery“, като дестинациите печелят от UGC-съвместни формати, авторски хаштагове и creator collaborations. Важно е ремиксовете да се снабдяват с on-screen надписи, субтитри и CTA към официалния сайт.[42]

Носителите тип USB памет и DVD, широко използвани преди 2019 г., вече не се считат за ефективен канал за дистрибуция на съдържание в B2B и B2C контекст. Стандарт в дестинационния маркетинг е **дигиталният прес-кит**: облачна папка/landing с брандирани снимки и видеа (с ясно дефинирани права за ползване), медийни съобщения, фактология, лога и шрифтове, плюс линкове към YouTube плейлист, VisitNesebar.bg и VisitWorldHeritage. По този начин се постига контрол над версиите, проследимост на изтегляниятa и незабавни актуализации без физически разходи или остаряване на носителя.

Присъствие в интернет пространството – консолидиран бранд „Visit Nesebar“ и съвместимост със стандартите

Най-съществената промяна след 2019 г. е развитието на **VisitNesebar.bg**[43] като официален туристически сайт на община Несебър, с ясна структура на секциите „Събития“, „Настаняване“, „Хранене и развлечения“, „Туристически услуги и атракции“, „Търговски обекти“, двуезичност BG/EN и активни връзки към социалните

[42] Община Несебър - YouTube; Tik Tok // Travel Itineraries are Built on TikTok Inspire audiences to travel beyond the FYP with TikTok ad // Business Insider // Travel Industry on TikTok; How TikTok Is Helping Travelers Discover the Next Hot Destination - Business Insider

[43] Nessebar Municipality Official Tourist Website // https://visitnessebar.bg/

канали на общината. Порталът изпълнява и функцията на събитийна „витрина“ – публикуват се културни афиши по месеци, фестивални регламенти и новини, което дава възможност за систематична SEO индексация на събитията. Заедно с това продължава да функционира и съдържателният портал **VisitNesebar.org**,[44] който обединява новини, „История“, „Традиции“, медийни галерии и контактите на двата туристически информационни центъра; добрата практика е **.bg** домейнът да бъде водещият „вход“ за туристи и партньори, докато **.org** да изпълнява ролята на архив/медиен хъб с двупосочна навигация и технически редиректи.

Сайтът на Археологическия музей (ancient-nessebar.com) остава важен референтен източник за графици, входни такси и музейни продукти, но визуално и функционално се нуждае от модернизация и интеграция към „екосистемата“ Visit Nesebar (обща визуална система, общи менюта „Музеи и църкви“, крос-линкове към събития). За посетителя е критично информацията за работно време и билети да бъде еднозначно откриваема от главния туристически сайт и синхронизирана с музейния сайт.

Информацията за еко-пътеките, която в миналото бе „разпръсната“ (вкл. домейна **nessebareco.com**), вече е интегрирана в секциите на VisitNesebar с унифицирано съдържание и линкове, което следва да бъде доразвито с интерактивни карти, GPX/KML файлове за сваляне и кратки видеа за безопасност и устойчиво поведение. Така хибридните туристи (търсещи в Google/Maps и организиращи маршрут в мобилен планер) получават едновременно инспирация и практическа логистика.

Двата туристически информационни центъра – на ул. „Месамбрия“ №19 (ТИЦ-1) и в ЦКО „Артиум“ на пл. „Жулиета Шишманова“ (ТИЦ-2) – осигуряват физически фронт-офис за информация и събития; адресите и контактите са публикувани както на официалните общински страници, така и в регистрите на Министерството на туризма. В комуникационен план това позволява да се „закотвят“ всички онлайн кампании към конкретни контактни точки (вкл. чат-бот/видео-асистенция в определени часове), а при събития – към „Артиум“ като естествено ядро за културни и образователни активности.

[44] Visit Nessebar // http://www.visitnesebar.org/bg/

От гледна точка на стандарти, публичните сайтове на общината и свързаните с тях мобилни приложения трябва да отговарят на Директива (ЕС) 2016/2102 (достъпност на сайтове/мобилни приложения на публичния сектор) и да се стремят към WCAG 2.1 AA съвместимост (алтернативен текст, контраст, клавиатурна навигация, субтитри/преписи, разбираема йерархия). Това не е формалност, а пряко влияе върху обхвата на аудитории (напр. възрастни посетители, хора с временни увреждания, чужденци с автоматичен превод) и върху SEO. Препоръчително е публикуване и поддръжка на „Декларация за достъпност“ по модела на Европейската комисия, както и редовни автоматизирани/ръчно-експертни одити.[45]

SEO и данни: през 2021–2024 г. Google значително разшири „сцените“, на които дестинациите и атракциите могат да се показват безплатно и в платен формат – **Google Travel** и модулът **Things to do**. Това означава, че вместо остарялата референция „Google Trips“, която бе прекратена като приложение през 2019 г., фокусът на общината и местните оператори трябва да бъде върху структурирани данни в сайта (Schema.org типове **TouristAttraction**, **Event**), коректно и активно поддържани **Google Business Profiles** за музеи, църкви и други POI, както и снабдяване на Google с „входни билети/дейности“ чрез Things to do – директно или чрез одобрен конективити партньор. Така събитията и атракциите на Несебър се появяват с богати резултати в търсачката и в Google Maps, а потребителят получава коректно работно време, цени и линк за директна резервация.[46]

От гледна точка на съдържание, интеграцията на Несебър в глобалния сайт **World Heritage Journeys of Europe** на ЮНЕСКО предоставя престижен външен *„докинг“ (свързване)* към международна аудитория и следва да се използва последователно в PR комуникации, ремаркетинг и link-building. Препоръчват се редовни крос-линкове към

45 European Union // Document 32016L2102 Directive (EU) 2016/2102 of the European Parliament and of the Council of 26 October 2016 on the accessibility of the websites and mobile applications of public sector bodies (Text with EEA relevance) // Directive - 2016/2102 - EN - EUR-Lex; 2025 World Wide Web Consortium (W3C®) All WCAG 2.1 Understanding Docs // Understanding WCAG 2.1 | WAI | W3C.

46 Shema.org. // TouristAttraction - Schema.org Type; 2025 Google. **Manage your ticket & activity details //** Manage your ticket & activity details - Google Business Profile Help; Google for Developers. Learn About Google Event Schema Markup | Google Search Central | Documentation | Google for Developers.

този профил от всички релевантни страници в VisitNesebar.bg (напр. „Старият град“, „История“, „Музеи“), за да се подчертае статутът на обекта и да се гарантира доверие към информацията.

Социални мрежи и видеоплатформи – от „присъствие“ към системна редакционна политика

Профилите на общината и туристическия портал във Facebook, YouTube и Instagram изпълняват ролята на „ежедневен канал“ към жители и гости – публикуват се културни афиши, репортажи, видео-поздрави и анонси за фестивали. В периода след 2021 г. е уместно да се добави планомерно присъствие в TikTok и да се пренареди видео политиката към „кратки вертикални видеа“ (15–60 сек.) за откриване на дестинацията, с постоянни рубрики: „Исторически факт в 30 секунди“, „Днешно събитие“, „Къде да гледаме залеза“, „Несебър отвисоко“ (дрон кадри, спазвайки регулациите), „Музей на седмицата“. Научните и индустриалните източници потвърждават ефективността на TikTok и short-form видеото за генериране на намерение за пътуване – ключово условие е систематичност, субтитри, хаштагове и колаборации с локални и международни криейтъри.

Изграждането на системна редакционна политика изисква публикуване на месечен „контент календар“, синхронизиран с културната програма на общината и с календара на „Артиум“. Тук Несебър има предимство: центърът „Артиум“ структурира събития, изложби, концерти и образователни инициативи в Новия град и дава естествена сцена за хибридни формати (офлайн + live stream). Препоръчително е пряко излъчване на откривания, концерти и 3D mapping спектакли, както и „after-movie“ монтажи с продължителност 60–90 сек. за социалните мрежи, които да се публикуват през 24–48 часа след събитие (в т.ч. в англоезичен вариант).

Специализирани туристически платформи – от „пасивна наличност“ към активно управление

На **TripAdvisor** и сродни платформи дестинацията присъства чрез музеи, църкви, атракции и общи профили (напр. „Museum Ancient Nessebar“). Управлението на тези профили трябва да бъде целенасочено: „claim“ на всички свързани обекти, добавяне на

актуални снимки/видеа, редактиране на описания, правилно геопозициониране и **достоверна транспортна информация** (например ясно указание, че най-близкото летище е Бургас, както се посочва и от ЮНЕСКО/VisitWorldHeritage). Следва да се активира и **Google Business Profile** за всички културни обекти и центрове – това е критично за локалното откриване в Google Maps и за появата на значими резултати (събития, билети, атрибути за достъпност, сезонност). За атракции и оператори е уместно включване в **Google Things to do** (безплатни листинги и/или реклами) чрез препоръчан конективити партньор, така че „разходки, билети, турове“ в и около Стария град да излизат директно в търсачката с линк за резервация.

Рекламно-медийна активност и PR – ориентация към дигитални канали и 360° кампании

Класическите публикации в печатни издания (местни/национални и международни) имат ограничен принос към разпознаваемостта и реалната конверсия при пътувания, докато таргетирана платена реклама в социалните мрежи (Meta, YouTube, TikTok) и **Google Performance Max** за „Дестинация Несебър“ позволяват точен гео-тап за ключови пазари, ремаркетинг чрез видеа и измерване на резултати по кампании. Силно препоръчителни са *со-ор кампании* с авиокомпании и туроператори (вкл. нискотарифни), обвързани с конкретни маршрути към Бургас и Варна и с пакетирани събития (например „15 август – Денят на Несебър“ като сезонен кулминационен продукт или следващият най-важен празник след Голяма Богородица – „Никулден – деня на Свети Николай Чудотворец“, укротителя на бурите и пазител на рибари, моряци и мореплаватели). От 2023 г. натрупаното визуално съдържание около 40-годишнината на ЮНЕСКО дава стабилен имиджов инвентар за PR истории в бордни списания, travel блогове и телевизионни формати.

Видеото като PR инструмент следва да се използва в „long-tail“ стратегия: класическият филм „Несебър и морето – любов завинаги“ се „нарязва“ на тематични капсули и се допълва с нови документални формати (напр. създаденият през 2022 г. съвместен проект БНТ–ЮНЕСКО за Стария Несебър), които да се предлагат за разпространение от национални и международни канали. Успешни

художествено-документални продукции от 2024 г., свързани с духовното наследство на християнския Несебър, показват, че подобни партньорства носят международно признание и обхват.

Мобилни приложения, beacons и in-destination навигация – прагматична модернизация

Идеите за мобилно приложение на общината и „beacon-базирани“ интеракции бяха актуални около 2015–2018 г., но след това се сблъскаха с две ключови промени в екосистемата: Google прекрати **Nearby Notifications** и поддръжката на Eddystone/Physical Web уведомления през декември 2018 г., а Apple въведе по-строги изисквания за Bluetooth разрешения в iOS 13, които силно ограничиха „прохождащите“ пасивни сценарии на близост. Днес устойчивият подход е прогресивно уеб приложение (PWA) на базата на VisitNesebar.bg, комбинирано с QR-кодове на място, GPS-геофенсинг (за push само при „opt-in“) и web-based AR/аудио гидове, вместо хардуерни маяци. Така се избягват технически и регулаторни рискове, а съдържанието остава централизирано и измеримо.[47]

Събитийна комуникация – интегрирани кампании около „якорни“ (основни) дати и места

Календарът на общината – публикуван както в официалния сайт, така и в туристическия портал – показва ясно, че Несебър развива богат цикъл от фестивали и културни прояви („Слънце, радост, красота“, „Остров на изкуствата“, международни хорови фестивали, гастролни постановки), а „Артиум“ и площадните пространства функционират като „медийни сцени“. Между 2023 и 2025 г. наблюдаваме и удължени празнични програми около 15 август, структурирани в последователни дни и различни жанрови модули, което позволява по-дълбоки кампании за престой 3–5 нощувки и активиране на туристическите посещения извън главния сезон. Препоръчително е техническото изпълнение на страниците на събитията да следва изискванията на Google

[47] 2025VOX MEDIA, LLC. Here’s why so many apps are asking to use Bluetooth on iOS 13 // Here’s why so many apps are asking to use Bluetooth on iOS 13 | The Verge

за Event structured data, за да се появяват богати резултати за дати/часове/локация директно в търсачката.

Управление на данни, съответствие и партньорства

След въвеждането на **GDPR** (в сила от 25 май 2018 г.) електронните бюлетини, формите за контакт и програмите за „първични данни“ (first-party data) трябва да работят с двойно потвърждение (double opt-in), ясно съгласие за маркетинг и видима политика за поверителност. В контекста на дестинационния маркетинг това не е пречка, а възможност за изграждане на собствена аудитория с висока релевантност – особено за „повторни посещения“ извън пиковия сезон. Препоръчва се стартиране на месечен електронен бюлетин с версии BG/EN, интегриран с CRM и с ясно структурирани сегменти („семейства с деца“, „културни туристи“, „фестивални посетители“, „уикенд-гости“).

На оперативно равнище е полезно използването на Единната система за туристическа информация (ЕСТИ) и на Министерството на туризма за категоризации и регистри, тъй като това улеснява едновременно административното съответствие и актуалността на данните към националните регистри. Когато общината обвързва своите списъци с места за настаняване и заведения с официалните регистри, се постига „единен източник на истина“ – критично условие за доверие и за автоматични интеграции към външни платформи.

Специфични наблюдения за периода 2017–2024 – изводи и капитализация

Кампанията за 40 години ЮНЕСКО показа, че когато дестинацията консолидира „история + събитие + визуален спектакъл“ в четливо дигитално преживяване (с предварителни тийзъри /дразнещи елементи)/ live покритие и бърз „after-movie“), ефектът е многоизмерен: посещаемост на място, органичен обхват в социалните мрежи, медийни отразявания и връщане към дестинацията чрез „long-tail“ търсения. Продължаването на тази логика – с тематични мини-кампании през „рамо“ сезони (пролет/есен), базирани на културни формати и природни маршрути – ще подпомогне удължаването на сезона и „разслояване“ на аудиториите по интереси и ценности (наследство, фестивали, slow travel, еко-пътеки).

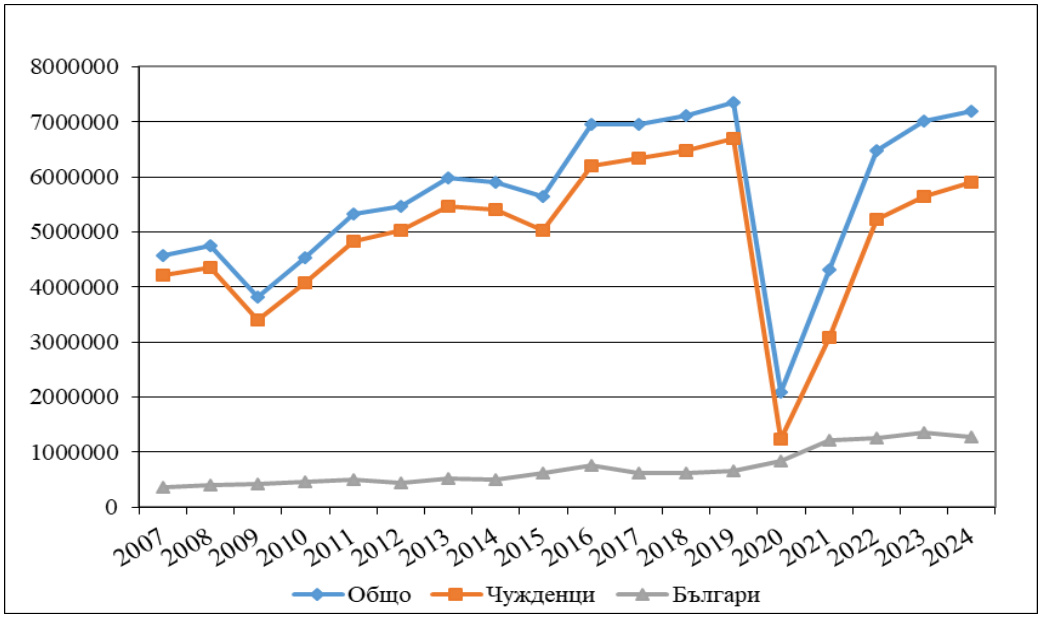
Наред с това превръщането на **VisitNesebar.bg** във „фронт-енд“ на цялата туристическа екосистема – със структурирани данни, достъпност, двуезичност, PWA и интеграция към Google/TripAdvisor/ЮНЕСКО – е ключово условие за конкурентоспособност. Вътрешната координация между отдел „Туризъм“, музеи, културни институции и частния сектор (настаняване, заведения, оператори) следва да се институционализира чрез редовни редакционни съвети и общ „data governance“ (вкл. поддръжка на Google Business Profiles и синхронизация на събитийните календарни данни). Това вече се подпомага от наличието на сертифицирани ТИЦ, активен културен център „Артиум“ и интегрирани общински административни ресурси.

В заключение се налага изводът, че в светлината на тенденциите 2017–2024 г. община Несебър логично се позиционира като **„heritage-first, digital-first“** бранд. Консолидираният официален портал **VisitNesebar.bg**, подкрепен от **VisitNesebar.org** и модернизиран музейно-институционален сайт, представляват център на комуникацията към който се „закотвят“ всички офлайн материали, социални мрежи, PR и платени кампании. Стратегически важно е активно участие в **Google Travel/Things to do**, систематични кратки видеа и строга WCAG 2.1/GDPR съобразност, за да се гарантира мащабност, достъпност и доверие спрямо туристите. Кампанията за 40 години ЮНЕСКО не бива да остане пик, а да се превърне в модел за ежегодни кулминации – с ясно „сътворявани“ събития, интегрирани дигитални пътеки и измерван ефект по пазар, сегмент и сезон. Така Община Несебър ще продължи да „разказва“ своето наследство със средствата на съвременната дестинационна комуникация и да превръща разпознаваемостта в посещаемост и лоялност. Още по-голям шанс за тази разпознаваемост е потвърждението от ЮНЕСКО от 10 ноември 2025 г. за превръщането на Центъра за подводна археология в Созопол в институт на световната организация. Той ще отговаря за проекти и инициативи в Черноморския регион и Долен Дунав като част от ЮНЕСКО с името Институт за подводно наследство и ще даде допълнителна възможност на Несебър за популяризиране на морската му история като необятно културно наследство.

3.2.5 Пазарни сегменти на община Несебър като туристическа дестинация

1) Общата пазарна картина: възстановяване по обем, но със сменена структура

В периода 2017–2019 г. община Несебър поддържа висок обем на нощувки, достигайки по данни на НСИ 7 345 946 през 2019 г. След рязък спад през 2020 г. (2 082 069 нощувки) възходящият цикъл на възстановяване продължава три поредни години и през 2024 г. общият обем по данни на НСИ достига 7 191 063 нощувки, т.е. –2,1% спрямо 2019 г. В рамките на тази стабилизация обаче структурата по сегменти се размества съществено: нощувките на чужденци по данни на НСИ намаляват с –11,7% спрямо 2019 г. (от 6 690 845 на 5 911 004), докато нощувките на български туристи практически се удвояват (+95,4%: от 655 101 на 1 280 059). Така делът на чужденците в общите нощувки се понижава от 91,1% (2019) до 82,2% (2024), а делът на българите нараства от 8,9% до 17,8% (изчисления по данни на НСИ). На ниво пренощували лица чужденците формират 75,6% от общия брой през 2024 г. (1 066 281 от общо 1 410 469), което също потвърждава трайно по-силно вътрешно участие спрямо предпандемичната база.



Фигура 21. Динамика на броя на реализираните нощувки от българи и чужденци в община Несебър за периода 2005-2024 г.

Източник: НСИ

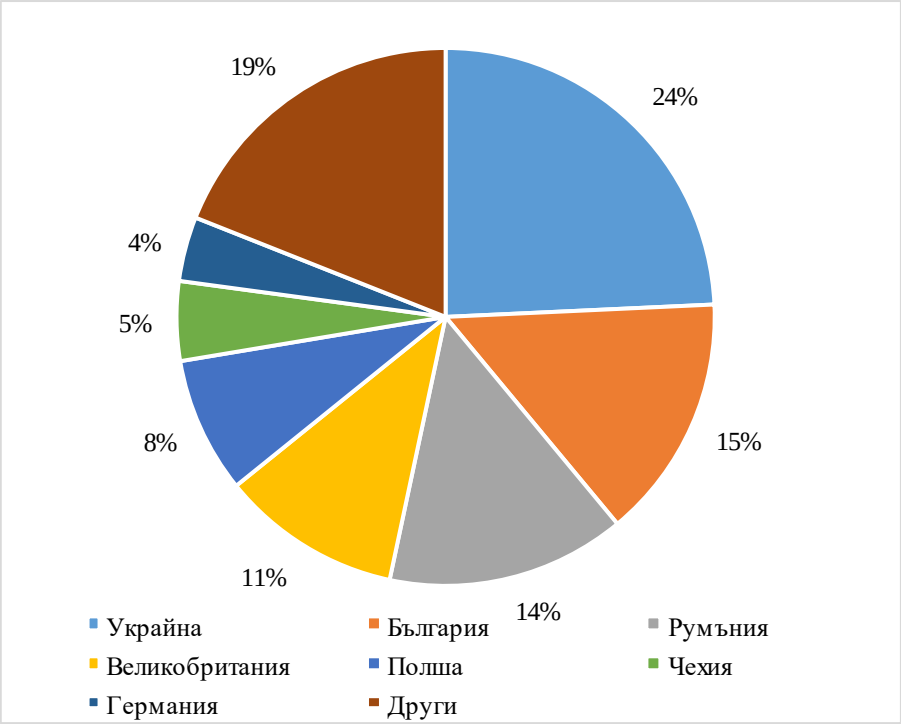
Показателите за престой сочат съкращаване на средния брой нощувки – от 5,75 (общо) през 2019 г. до 5,10 през 2024 г., като по сегменти при чужденците спадът е от 6,06 на 5,54, а при българите – от 3,80 на 3,72. Въпреки по-краткия престой, приходната ефективност на нощувка се увеличава значимо: приходът от 1 нощувка се повишава от 57,72 лв. (2019) до 84,99 лв. (2024), а приходът от 1 пренощувал турист – от 331,96 лв. на 433,32 лв. Общите приходи от нощувки достигат **611,2 млн. лв.** през 2024 г. (+44,2% спрямо 2019 г.), т.е. възстановяването е ценово-движено и съпроводено с по-висок среден приход.

Изводът е, че Несебър остава доминиращо международна морска дестинация, но в периода на постпандемично възстановяване сегментът на вътрешния туристически пазар играе по-съществена компенсаторна роля, като задържа общото равнище на нощувки близо до предпандемичното. Едновременно с това пазарният микс на чуждестранните нощувки се преформатира – нараства тежестта на близки/регионални и ЦИЕ пазари (Румъния, Украйна, в известна степен Чехия и Словакия), докато традиционни западни пазари със силна туроператорска зависимост, като Германия и (в по-малка степен) Обединеното кралство, се свиват по обем спрямо 2019 г.

Пазарна структура по националности през 2024 г.

По данни на ЕСТИ за 2024г. пазарната структура по национални сегменти с включване и на вътрешния български пазар е както следва на фигура 22.

При разглеждане на пазарните сегменти по националности само в обема на чуждестранния пазар на община Несебър е видно, че през 2024 г. шестте водещи пазара по реализирани нощувки на чужденци са: Румъния, Обединеното кралство, Украйна, Полша, Чехия и Германия. Те акумулират 74,0% от всички нощувки на чужденци в община Несебър; останалите пазари („Други“) формират приблизително 26,0%. Лидер е Румъния с 19,9% дял, следвана от Обединеното кралство (14,9%) и Украйна (14,6%). Полша държи 11,5% пазарен дял, Чехия 7,1%, а Германия 6,0%. Видим е структурен завой към регионални и ЦИЕ пазари, докато германският сегмент е чувствително по-малък спрямо предходния цикъл. (таб. 18 и фиг. 23)



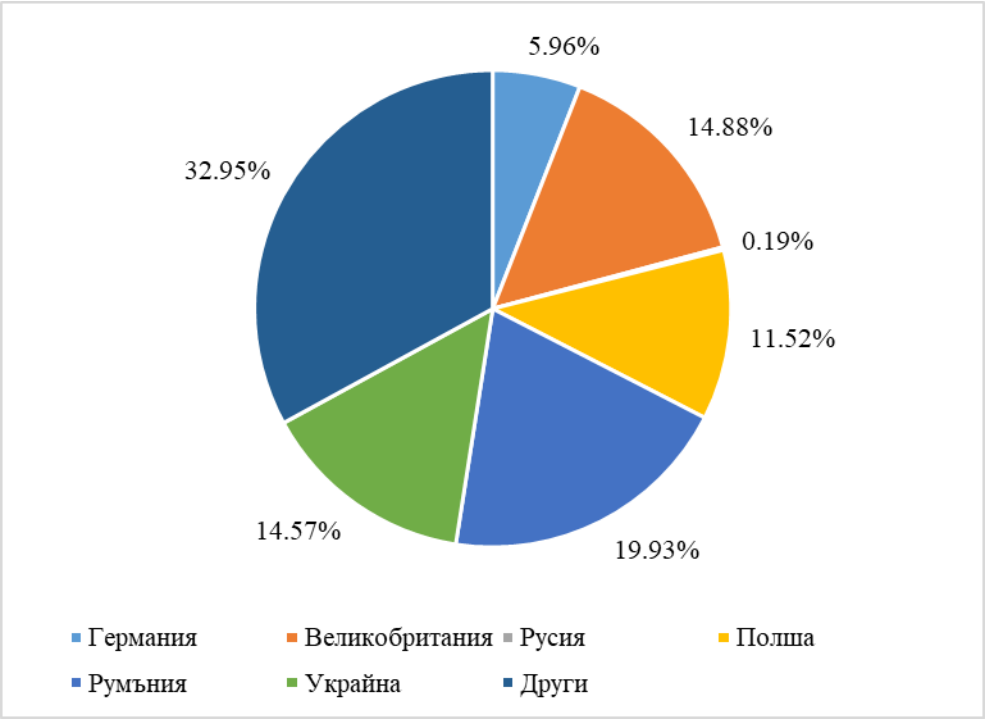
Фигура 22. Структура на нощувките по национални пазарни сегменти през 2024г. с включен вътрешен български пазар

Източник: По данни на ЕСТИ и изчисления на авторите

Таблица 18. ТОП-10 пазара по нощувки на чужденци в община Несебър през 2024 г. (дял и среден престой)

Пазар	**Нощувки 2024**	**Дял 2024 (%)**	**Пренощували 2024**	**Среден престой (бр. нощ.)**
Румъния	1 178 298	19,93	273 277	4,31
Великобритания	879 682	14,88	131 618	6,68
Украйна	861 111	14,57	136 320	6,32
Полша	680 972	11,52	117 656	5,79
Чехия	419 599	7,10	72 116	5,82
Германия	352 199	5,96	49 256	7,15
Словакия	173 445	2,93	29 693	5,84
Унгария	134 324	2,27	26 347	5,10
Израел	129 981	2,20	31 847	4,08
Норвегия	75 603	1,28	11 829	6,39

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите



Фигура 23. Структура на нощувките на чужденци по национални пазарни сегменти през 2024г. (ТОП – 6 + „Други“)

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

Динамика на ключовите пазарни сегменти в периода 2019 → 2024г.

Съпоставката в периода 2019–2024 г. разкрива **ясни печеливши и губещи пазарни сегменти**. **Румъния** увеличава нощувките повече от **два пъти** (+112,7%), излизайки на първо място по пазарен дял; **Украйна** расте с **+173,4%** по нощувки, превръщайки се в трети по обем пазар. **Чехия** (+16,4%) и **Словакия** (+16,3%) също разширяват присъствието си. Обратно, **Германия** е с **–65,9%** спрямо 2019 г., **Обединеното кралство** със **–24,4%**, **Полша** с **–17,4%**, **Израел** с **–31,0%**, а **Русия** – с **–96,8%**. Тази ротация на пазарите обяснява и наблюдаваното скъсяване на средния престой на ниво дестинация. (таб. 19 и фиг. 24)

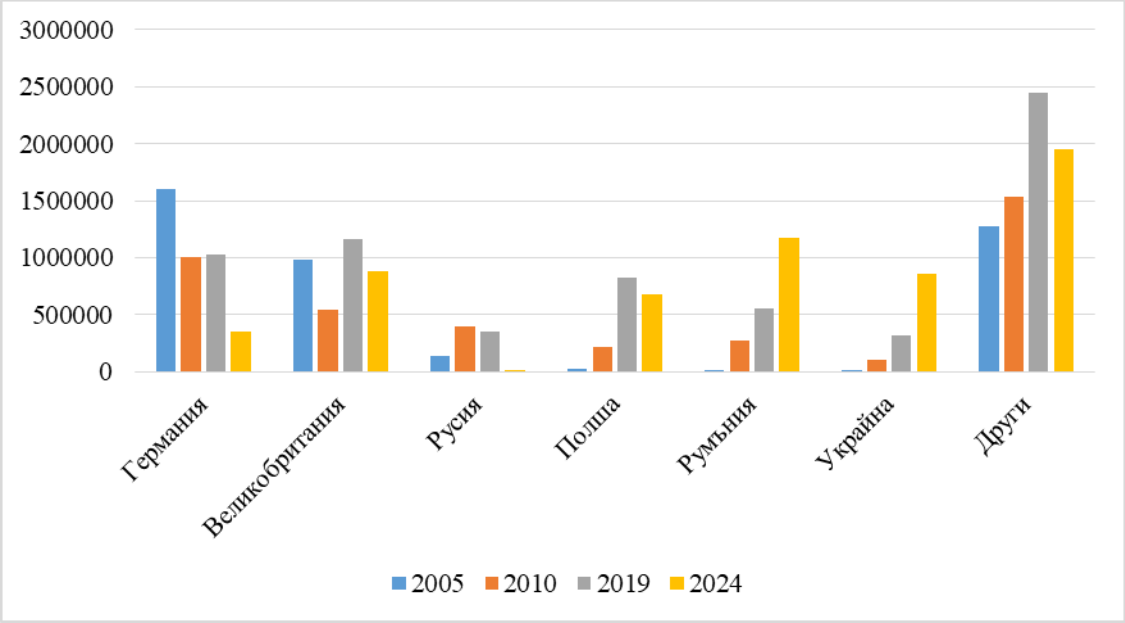
Водещият ръст на Румъния и Украйна, съчетан с устойчиви увеличения от Чехия и Словакия, потвърждава изместване на географския център на търсене към регионални и ЦИЕ пазари. Структурното свиване на Германия и липсата на възстановяване на Русия

разрушават предишния пазарен баланс, при който тези две страни играеха ролята на обемни компенсатори в пикови сезони.

Таблица 19. Промяна на нощувките по водещи пазари (2019 → 2024), абсолютна и относителна

Пазар	Нощувки 2019	Нощувки 2024	Промяна (абс.)	Промяна (%)
Румъния	554 034	1 178 298	+624 264	+112,68
Великобритания	1 163 971	879 682	–284 289	–24,42
Украйна	314 994	861 111	+546 117	+173,37
Полша	824 635	680 972	–143 663	–17,42
Чехия	360 428	419 599	+59 171	+16,42
Германия	1 033 125	352 199	–680 926	–65,91
Словакия	149 106	173 445	+24 339	+16,32
Унгария	138 265	134 324	–3 941	–2,85
Израел	188 345	129 981	–58 364	–30,99
Русия	356 351	11 266	–345 085	–96,84

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите



Фигура 24. Динамика на броя на реализираните нощувки за 6-те най-големи емитивни пазара за община Несебър за периода 2005-2024 г.

Източник: НСИ

Пренощували лица и среден престой: профил на потребление по сегменти

Картината на пренощувалите лица през 2024 г. затвърждава водещата позиция на **Румъния** (273 277 пренощували; **25,6%** от всички чужденци), следвана от **Украйна** (136 320; **12,8%**) и **Обединеното кралство** (131 618; **12,3%**). По среден престой туристите от **Германия** са начело с 7,15 нощ., докато посетителите от **Обединеното кралство** и **Украйна** са в диапазона 6,3–6,7 нощ. **Румъния** се характеризира с **по-кратък престой** – около 4,3 нощ., което предполага висока интензивност на оборота на легловата база при сравнително чест, но по-кратък тип посещение. Този профил натоварва комуникацията и капацитетното планиране по различен начин спрямо сегментите с по-дълъг престой.

Анализът в направление „чужденци срещу българи“ през 2024 г. показва **съществено различен приходен профил** на двата сегмента: **приходът от 1 пренощувал чужденец** достига **474,53 лв.**, докато при българите е **305,64 лв.**; подобна е и разликата при **прихода от 1 нощувка** (85,60 лв. срещу 82,18 лв.). Разликите следва да се имат предвид при бюджетиране на кампании и измерване на възвръщаемостта по пазарни сегменти.

Типологизация на сегментите според поведение и стойност за дестинацията

Аналитичното обобщение на показателите позволява функционална типологизация на пазари/сегменти, полезна за планиране на продуктовата палитра и комуникацията.

Сегменти с дълъг престой и висока единична стойност. Тук попадат **Германия** и в известна степен **Обединеното кралство** и **Украйна**, където средният престой е над 6 нощувки, а приходът на пренощувал чужденец е значително по-висок от този при вътрешните туристи. За тези пазари доминира „класическата“ морска почивка с пакетни или квази-пакетни характеристики, което предполага акцент върху продуктови диференциатори: качествен плажен продукт, сигурност, чистота, аквапарк/семейни удобства и културно-исторически атракции в стария Несебър като добавена стойност. Спадът на обема на германския пазарен сегмент прави релевантна политика на ре-позициониране и ново ценово/продуктово предложение за възстановяване на лоялни сегменти.

Сегменти с висок обем и по-кратък престой. Румъния е емблематичен пример – **19,9%** дял по нощувки, но среден престой **~4,3 нощ.** Този профил предполага **висока оборотност** на леглата и чувствителност към ценови оферти, близост и транспортна достъпност, както и към комуникационни стимули за удължаване на престоя (включване на събития, гастрономия, кратки културни маршрути, комбиниране със спа и винени преживявания). **Израел** също показва по-къс престой (~4,1 нощ.), което насочва към различен микс от активности и бранд послания.

Консолидиращи ЦИЕ пазари. Полша, Чехия и Словакия формират стабилен обем, с престой **~5,8–5,9 нощ.** и положителна или стабилна динамика спрямо 2019 г. (с изключение на полския спад). Тези пазари са чувствителни към качеството и цената на среден и горен среден клас туристически продукт, към наличието на семейни удобства и достъп до активни форми на отдих. В маркетинга спрямо тях е целесъобразна интегрирана работа с туроператори и с линии за нискотарифни полети към Бургас/Варна, съчетана с дигитални кампании за директни резервации в крилата на сезона.

Вътрешен пазар. Удвояването на нощувките на български туристи при сходен престой (~3,7 нощ.) превръща вътрешния сегмент в стратегически стабилизатор – особено важен за запълване на легловите капацитети извън пиковите седмици и за по-нискорискова базова заетост на легловата база. Тук работят тактики за къси престои/уикенд пакети, тематични събития и „last-minute“ предложения през месеците юни и септември.

Изводи за управление и позициониране

Емпиричните данни за периода 2017–2024 г. показват, че община Несебър е възстановила почти пълния си обем нощувки чрез комбинация от растящ вътрешен пазар и преструктуриран международен микс. Това възстановяване е придружено от по-кратък среден престой, но значимо по-висок приход на нощувка и на пренощувал турист. На тази база могат да се формулират следните управленски задачи:

Първо, приоритизация на регионалното ЦИЕ пазарно ядро (Румъния, Полша, Чехия, Словакия, Унгария, Украйна) с цел скъсяване на зависимостта от един-два големи западни пазара и управление на заетостта чрез динамично ценообразуване. Инструментите включват кохерентни кампании в крилата на сезона, продукт за семейства и „value for money“ позициониране в сегмента 3 и 4 звездните хотели.

Второ, ре-активация на германския пазар с ясно диференцирано продуктово предложение, целящо да възстанови част от историческия дял чрез напасване на ценова политика, качество и достъпност. Наличието на по-дълъг престой прави този пазар **високо-стойностен** при успешна конверсия.

Трето, развитие на вътрешния пазар като устойчив буфер срещу външни шокове: системни оферти за уикенд-престои, фестивали и културни събития в юни и септември, активиране на тематични микро-продукти (морска гастрономия, старинен Несебър, спорт и уелнес), с цел удължаване на престоя от 3,7 към 4+ нощувки.

Четвърто, действия за по-голямо сезонно равновесие: при 96% на нощувките, концентрирани в юни–септември, е необходимо изпреварващо планиране на капацитета и ценова стратегия с по-фина сегментация по седмици в пика (юли–август), както и ясна стимулираща политика за резервации в юни и септември.

В заключение може да се обобщи, че за периода 2017–2024 г. община Несебър запазва статута си на доминиращо международна морска дестинация, но с отчетливи структурни изменения в пазарния микс. На фона на почти постигане на предпандемичния обем нощувки, чуждестранният компонент остава под нивата от 2019 г., компенсиран от силно активизиран вътрешен пазар и от нарастването на ЦИЕ сегментите (особено Румъния и Украйна). Тенденцията за съкращаване на средния престой се компенсира до известна степен от нарастването на цената/прихода на нощувка, което предполага, че стойността на търсенето се е запазила и дори е нараснала. Управленското предизвикателство е двупосочно: възстановяване на „класически“ пазари с дълъг престой на туристите и удължаване на престоя на новите обемни сегменти, при едновременно структурирано намаляване на сезонната концентрация чрез продуктови иновации и целеви комуникации в крилата на сезона.

3.2.6 Анализ на туристическия профил и потребителските оценки в община Несебър

Община Несебър заема водещо място в туристическата карта на България, като съчетава уникално културно-историческо наследство от световно значение със съвременни морски курорти и висок капацитет за настаняване. Старият Несебър – включен в Списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО – формира силна културна туристическа мотивация и отличима идентичност на дестинацията, докато Слънчев бряг и прилежащите плажове привличат масовия морски сегмент с отчетливо многофункционален характер (семеен, младежки и развлекателен туризъм). Тази двуядрена структура – „културно“ и „морско“ лице – обуславя устойчив туристически интерес и висока международна разпознаваемост на общината в рамките на Българското Черноморие.

Профилът на туристите в Несебър следва да се разглежда в контекста на следпандемичните промени в европейското туристическо търсене. Данните от мониторингови изследвания върху нагласите на европейските пътуващи показват структурно пренареждане в предпочитанията към видове пътувания (доминиране на „море, слънце и плаж“, нарастване на „природа и открито“ и „култура и наследство“), по-висока зависимост от дигитални източници при планиране, изместване към по-кратък хоризонт на резервация и частична реориентация към автомобилни пътувания и пакетни продукти. Тези тенденции са релевантни и за морските български дестинации, включително Несебър, и са съпоставими с емпиричните профили, наблюдавани на Северното Черноморие.

Профил на туристите

Туристическият поток към община Несебър е отчетливо интернационализиран, като доминиращ дял имат чуждестранните посетители, а вътрешният пазар изпълнява стабилизираща роля, особено при колебания на външното търсене. Структурно се открояват няколко водещи сегмента, които, макар и с различни относителни дялове във времето, формират устойчивата пазарна база на дестинацията.

Първо, посетителите от Централна и Източна Европа – в частност Румъния, Полша, Чехия и Словакия – заемат растящ и все по-значим дял в масовия морски сегмент на Слънчев бряг и прилежните курортни зони. За тези пазари са характерни висока чувствителност към съотношението „цена–качество“, по-кратки престои и по-гъвкав планов хоризонт на резервация. Румънските туристи са показателни за автомобилно-доминирания достъп до Южното Черноморие и за къси резервационни прозорци с решения в рамките на седмици и дори дни. Този поведенчески модел – ясно проследим на Българското Черноморие – е особено релевантен за Несебър поради добрата автомобилна достъпност и възможността за кратки, но интензивни летни престои.

Второ, германският и британският пазар остават стратегически, макар и чувствителни към международната конкуренция, стандартите на обслужване и качеството на градската и туристическата инфраструктура. Германските туристи традиционно демонстрират по-дълъг планиращ хоризонт (от два до шест месеца), склонност към пакетни пътувания и интерес към културни и природни елементи, допълващи морската почивка. Британските посетители, от своя страна, са силно зависими от наличието на въздушен транспорт и показват концентриран интерес към морския продукт и градските преживявания, със силна чувствителност към яснотата на офертата, сигурността и стандартизацията на услугите. Тези пазарни профили изискват стриктно продуктово и комуникационно управление в Несебър – особено по линия на качеството, сигурността, управлението на туристическите потоци и интермодалността на достъпа – за да се запази конкурентоспособността спрямо алтернативни средиземноморски дестинации.

Трето, източните пазари с традиционно висок престой и покупателна способност – включително Русия и Украйна – исторически са формирали важен принос към нощувките и приходите. Техните потребителски характеристики включват комбиниране на морски с културен, здравен и градски туризъм, значим дял пакетни пътувания през летния сезон, както и силен ефект на препоръките от близки и приятели и на повторните посещения. При условия на геополитическа и транспортна несигурност поведението на

тези пазари се характеризира с висока променливост на туристическото търсене; затова при планиране в дестинация Несебър следва да се прилага диверсифициран портфейлен подход и адаптивни канали за продажба, включително дигитални.

Четвърто, пазарите от Западна Европа – Франция, Белгия, Нидерландия и Скандинавските страни – проявяват тенденция към смесени мотивации (морска почивка, културно-познавателни турове, гурме и винени преживявания, уелнес), търсят високо качество на настаняване и автентични контакти с местната култура. За дестинация Несебър това означава целенасочено надграждане на морския продукт чрез културни маршрути, музеи, гастрономия и събитийност, които да интегрират Стария град в цялостното преживяване и да увеличават престоя и разхода на място.

Пето, регионалните балкански пазари – Гърция, Сърбия, Северна Македония и Турция – са важни по линия на кратките пътувания, автомобилния достъп и спонтанните решения. За тях е характерен къс резервационен прозорец, силна роля на предишния опит и препоръките, както и търсене на достъпни пакети с ясно артикулирана стойност. Релевантността за Несебър е висока, тъй като съчетава възможности за кратки престои през летния пик и за сезонни разширения през „крилата“ на сезона с градско- културни и гастрономически елементи.

Вътрешният пазар – българските туристи – изпълнява двойна роля: стабилизационна (при външни шокове) и трансформационна (катализиране на уикендов сегмент с кратък престой). Поведението е прагматично и ценово ориентирано, с акцент върху достъпността, паркирането, удобството и ясните пакетни оферти. В условията на сезонност българските туристи често използват Несебър за кратки, но повторяеми посещения, което изисква селективно таргетиране с ценови и комуникационни инструменти, насочени към лоялност и повторяемост.

В обобщение, чуждестранните туристи в дестинация Несебър обичайно реализират по-дълги престои и по-високи разходи, докато вътрешните и част от пазарите от Централна и Източна Европа са по-чувствителни към цената и към ясната стойност на туристическите пакети. Общото между всички групи е оценяването на

комбинацията „море–култура“ и на възможността преживяването да бъде диференцирано чрез архитектурното и музейно наследство на Стария град.

Потребителски оценки и преживяване на място

Анализът на онлайн отзивите и оценките на туристите (в платформи като Booking, TripAdvisor и Google Reviews) очертава структурирана картина на силните страни и предизвикателствата, която е консистентна с пазарните профили и със спецификата на продуктово-двуядрената дестинация. В положителен план, Старият Несебър е водещ актив, който формира висока емоционална стойност и добавя уникалност към морския продукт. Комбинацията от църкви, музеи, археологически експозиции, традиционна архитектура и калдъръмени улици се оценява като автентична и запомняща се. За много посетители именно тази културна добавена стойност легитимира избора на Несебър спрямо други морски курорти, където културният компонент е по-слаб или вторичен. Морските плажове и атракции се оценяват позитивно заради разнообразието – динамични зони за млади и активни туристи, но и по-тихи пространства за семейства и посетители, търсещи спокойствие. Гостоприемството, местната кухня, морските дарове и традиционните ястия допълнително подсилват усещането за добра потребителна стойност спрямо цената, особено сред посетителите от Централна и Източна Европа.

В същото време, критиките в пиковия сезон са консистентни и концентрирани около пренаселеност, натиск върху транспортната и градската инфраструктура, недостиг на паркоместа и задръствания в ключови часови пояси. Част от потребителите отчитат и сезонно завишаване на цените спрямо възприеманото качество, както и чувствителност към шумова среда и нощни струпвания в определени курортни зони. Тези фактори понижават оценките на дестинацията при сегменти с по-високи изисквания към стандартизация, сигурност и комфорт, включително западноевропейски посетители с дълги престои и по-високи разходи.

Сегментни различия в оценките и препоръки за управлението

Западноевропейските туристи – германски, британски, френски, белгийски – по-често сравняват Несебър с международни курорти от Средиземноморието и Канарските острови. Техните очаквания за стандартизация и предвидимост на качеството, за

достъпност на транспорта и за ефективно управление на капацитета са по-високи. Отзивите им съдържат конструктивни критики към поддръжката на градската среда и инфраструктурата, към управлението на автомобилния поток и паркирането, както и към шумовата регулация в пиковите зони. Същевременно те изтъкват като уникално предимство автентичността и културния капитал на Стария град, който често компенсира недостатъци на масовия морски продукт. Пазарите от Централна и Източна Европа – румънци, поляци, чехи, словаци – демонстрират по-прагматичен подход, фокусиран върху съотношението „цена–качество“, достъпността и удобството. Отзивите са предимно положителни по отношение на гостоприемство и обслужване, но съдържат критика към пренаселеността през юли и август и към недостига на паркоместа. Тези пазари са по-склонни към повторяеми кратки посещения при ясно артикулирана ценова политика, пакетирани услуги и видима организация на туристическия поток.

Българските туристи – доминиращи в уикендовите и краткосрочни престои – поставят акцент върху цена, достъп, паркиране и оперативна предвидимост на качеството на услугите. Оценките са положителни в извънпиковите периоди и чувствителни към ценовите нива и претоварванията с хора и автомобили в пика на сезона.

Стратегически приоритети за повишаване на удовлетвореността

На базата на описаните профили и потребителски оценки, управлението на дестинацията може да приоритизира интервенции, насочени към качеството, капацитета и „детайла на преживяването“, с цел повишаване на оценките и удължаване на престоя.

Първо, управление на пиковите натоварвания и капацитет. Оптимизация на транспортния достъп и паркирането чрез периферни буферни зони, интелигентни системи за навигация и заетост, стимулиране на междинен (off-peak) достъп, микромобилност и интегрирани билети за паркиране+шатъл. Такива мерки имат директен ефект върху оценките на западноевропейските сегменти и на вътрешния пазар, чувствителни към време, комфорт и предвидимост.

Второ, стандартизация и видима хигиена на услугите. Стандарти за шумова регулация и нощен живот по зони; насърчаване на доброволни етикети за качество и

устойчивост; видимо присъствие на ред и сигурност в пиковите зони; оперативна координация между общински и частни оператори в реално време през високия сезон.

Трето, интеграция на културното ядро на Стария Несебър в морския продукт на дестинацията. Курирани културни маршрути, музейни разкази, вечерни културни събития и гастрономически формати, които разпределят потока във времето и пространството, добавят стойност за сегменти с високи очаквания и повишават склонността за по-дълъг престой и по-висок разход на място.

Четвърто, ценова прозрачност и пакетиране за ценово чувствителните пазари. Ясно артикулирани семейни и краткосрочни пакети, ранни резервационни стимули и гаранции, видима стойност на услугите; засилена дигитална дистрибуция, включително през регионални OTA и метатърсачки, с прецизно таргетиране към Румъния, Полша, Чехия и Словакия.

Пето, разширяване на сезона чрез увеличаване на предлагането на тематични продукти. Сезонни оферти за „крилата“ на сезона, обвързани с културни фестивали, гурме и винени уикенди, уелнес и градски формати; насърчаване на събитийността извън пиковите месеци, което влияе положително върху оценките чрез разтоварване на капацитета и повишаване на качеството на преживяването.

Шесто, управление на очакванията чрез дигитална комуникация. Приоритизиране на актуални, прозрачни и сегментно адаптирани дигитални послания за капацитет, логистика, шумови зони, етикети за качество и културна програма; системно репликиране и модериране на отзиви с фокус върху решаване на повтарящи се проблеми.

Седмо, анализ на потребителските отзиви и непрекъснато подобрение на качеството на предлагането. Интегриран процес за ежеседмичен тематичен анализ на онлайн отзиви по пазари и подпродукти; бързи оперативни цикли за корективи в услугите и видима публична отчетност за предприети мерки. Този подход създава „затворен цикъл“ между оценките, управлението и комуникацията, който е позитивно възприеман от взискателните сегменти.

В обобщение, профилът на туристите и потребителските оценки в Несебър са взаимно обусловени и трябва да се разглеждат интегрирано. Западноевропейските

посетители, които инвестират повече време и средства, поставят високи изисквания към стандартизацията, достъпността и капацитетното управление; същевременно именно те придават най-висока стойност на културния капитал на Стария град. Пазарите от Централна и Източна Европа търсят ясен баланс „цена–качество“, добра организация и достъпност, и реагират положително на прозрачни, пакетирани предложения и видими подобрения в логистиката. Българските туристи консолидират краткосрочния престой и са силно чувствителни към оперативни детайли като паркиране, шум и ценова предвидимост.

Ако дестинация Несебър целенасочено адаптира продуктите, логистиката и комуникацията към профилните различия между тези сегменти, потребителските оценки могат да бъдат подобрени устойчиво. Инвестициите в инфраструктура и капацитетно управление, видимите стандарти за качество и устойчивост, интегрирането на културните активи на дестинацията в морския продукт и интелигентното пакетиране за ценово чувствителните пазари са ключови за повишаване на удовлетвореността и удължаване на престоя. В този смисъл, управлението на туристическия профил е директно свързано с управлението на удовлетвореността: положителните страни – културното наследство, морските ресурси, гостоприемството – следва да бъдат съчетани със системни усилия за редуциране на слабостите, особено през пиковия сезон. Така Несебър може да укрепи позицията си не само като водещ български морски курорт, но и като международно конкурентна дестинация, която предлага отличителна стойност на различни пазарни сегменти в един интегриран, добре управляван туристически опит.

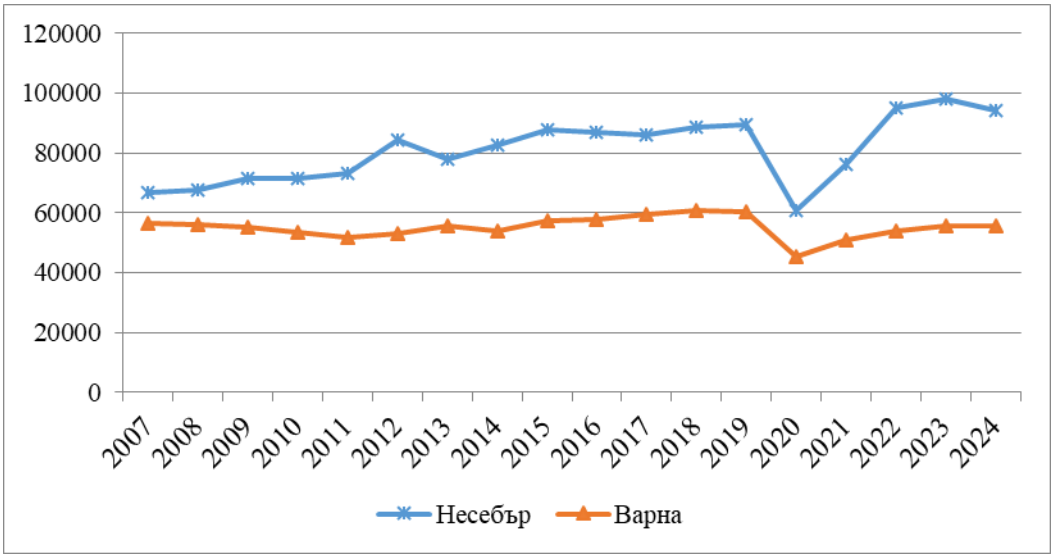
3.3. Конкурентни предимства на община Несебър като туристическа дестинация

Настоящият сравнителен анализ позиционира община Несебър спрямо община Варна като референтна точка на Българското Черноморие, използвайки динамиката на капацитета и търсенето в местата за настаняване през периода 2017–2024 г., със специален акцент върху посткризисното възстановяване (2022–2024 г.). За анализирания период 2017–2019 г. основни информационни източни са общински документи и НСИ, а

за 2020–2023 г. – официални общински годишни доклади, актуализации на ПИРО и секторни програми.

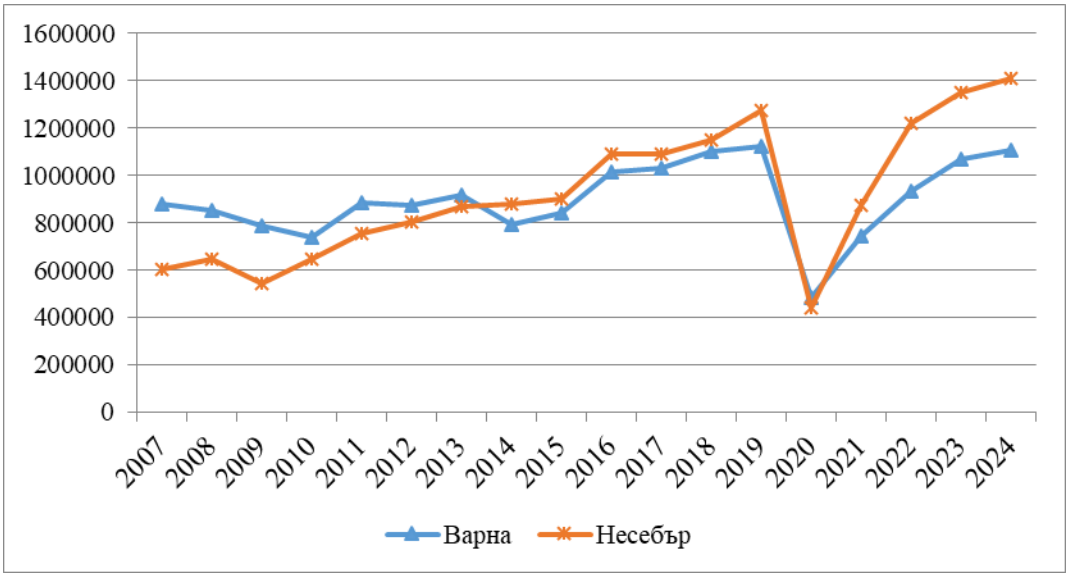
Обем и капацитет на туристическото предлагане

Община Несебър функционира в рамките на голяма морска агломерация с изключително висок леглови капацитет, концентриран предимно във ваканционни комплекси. Тази мащабност определя структурно предимство по обем на пренощувалите лица и генерираните от тях нощувки в община Несебър спрямо община Варна. Към 2024 г. нощувките в Несебър са приблизително 1.62 пъти повече от тези във Варна, което свидетелства за стабилно търсене на пакетния ваканционен продукт и за ефект на агломерационна привлекателност (виж Фигури 25, 26, 27).



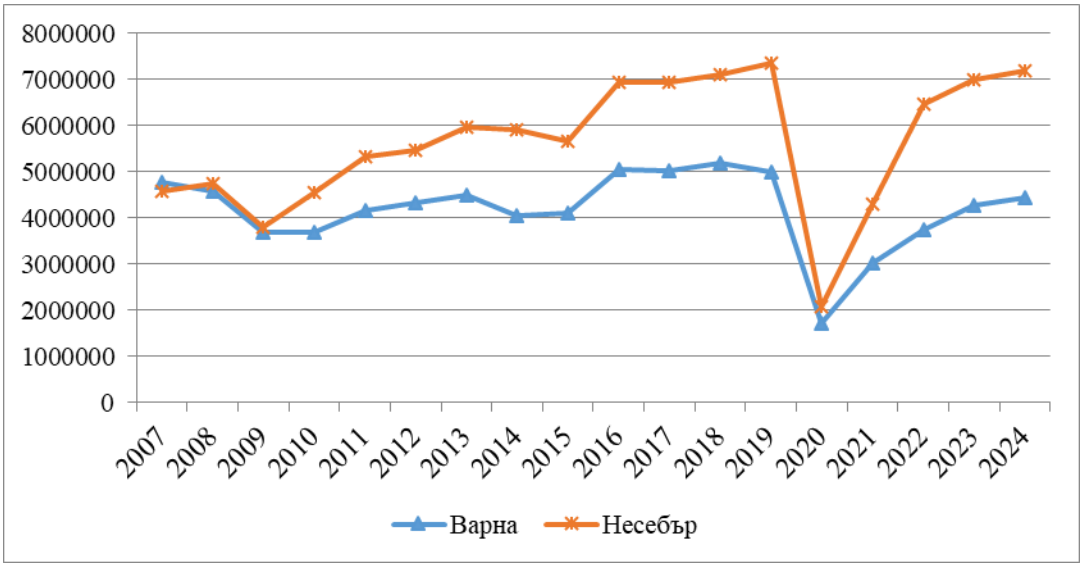
Фигура 25. Динамика на броя на леглата в община Варна и община Несебър

Източник: НСИ



Фигура 26. Динамика на броя на пренощувалите лица в община Варна и община Несебър

Източник: НСИ



Фигура 27. Динамика на броя на реализираните нощувки в община Варна и община Несебър

Източник: НСИ

Заетост и интензивност на използване на базата за настаняване

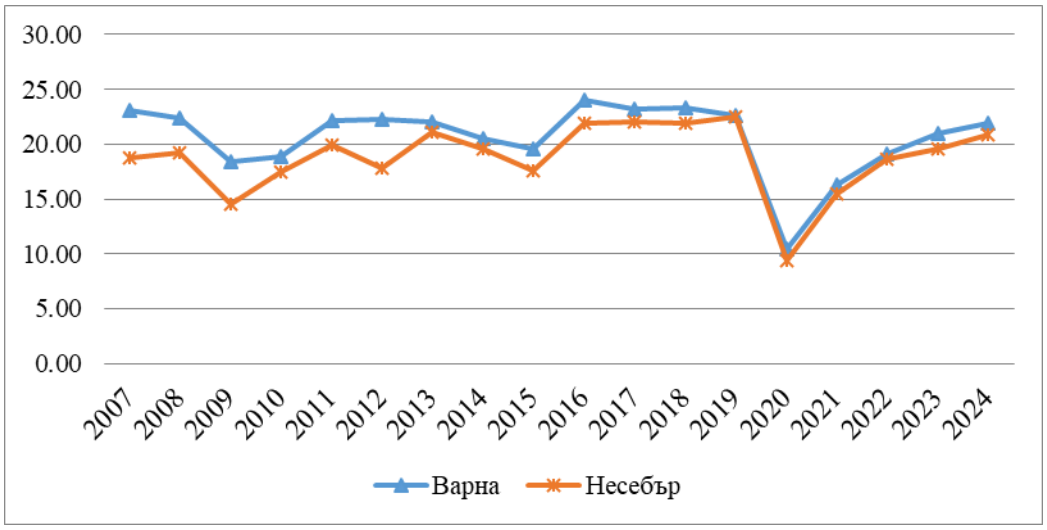
Данните във Фигура 28 показват, че общините Варна и Несебър демонстрират сходна динамика в заетостта на наличния леглови капацитет на *основа 365 дни* през целия разглеждан период. Двете дестинации следват паралелни траектории на растеж и

спадове, обусловени от общите колебания в туристическото търсене, включително отчетливия срив през 2020 г. вследствие на пандемията от COVID-19. Възстановяването след 2021 г. е синхронно и за двете дестинации, като през 2023–2024 г. стойностите се стабилизират около 20%.

През 2024 г. отчетената средногодишна заетост е практически изравнена, като във Варна се наблюдава минимално предимство от около един процентен пункт спрямо Несебър.

Близостта в стойностите на заетостта на легловата база отразява различния профил на двете дестинации:

- **Несебър** се характеризира със силна сезонна концентрация и висока степен на стандартизация на продукта „ваканционен престой“, особено в курортни комплекси от среден и висок клас. Това води до по-голяма амплитуда на сезонните пикове.
- **Варна** има по-широка и диференцирана структура на търсенето – комбинация от морски туризъм, градски престой, конгресен и културен туризъм. Това разнообразие обуславя по-устойчиво равнище на заетостта и минимално, но стабилно превъзходство в средногодишната заетост на базата за настаняване.

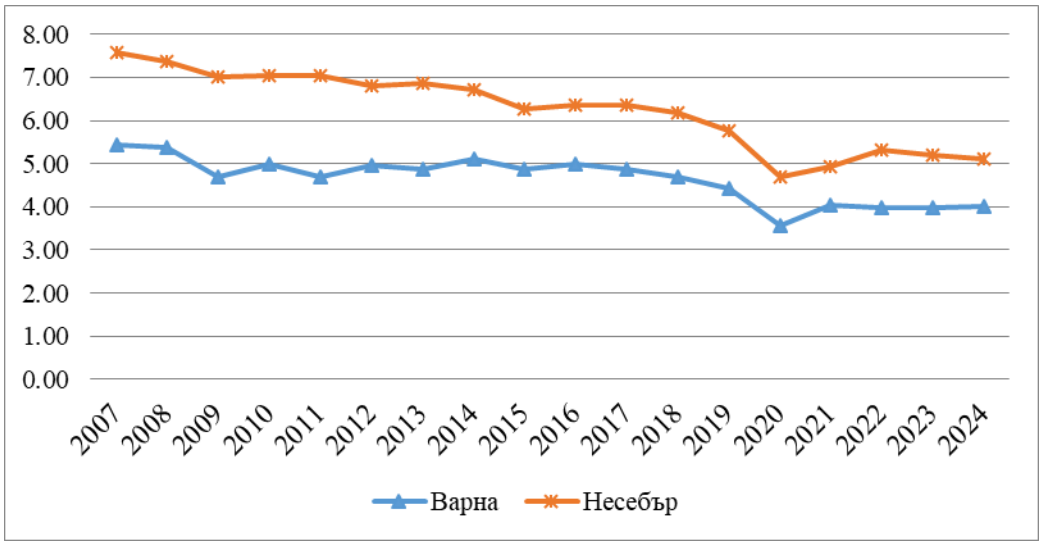


Фигура 28. Динамика на заетостта на легловата база в община Варна и община Несебър на годишна основа в %

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

Средна продължителност на престоя

Един от най-устойчивите маркери за конкурентоспособност на Несебър е значително по-дългият среден престой. През 2024 г. той достига приблизително 5,10 нощувки спрямо 4,02 нощувки във Варна. По-дългият престой повишава приходите от един турист, оптимизира натоварването на ресурсите и снижава относителните разходи по придобиване на клиент (виж Фигура 29).



Фигура 29. Динамика на средния престой на туристите в община Варна и община Несебър в брой нощувки на един турист

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

Динамика на възстановяване и близост до базовата 2019 г.

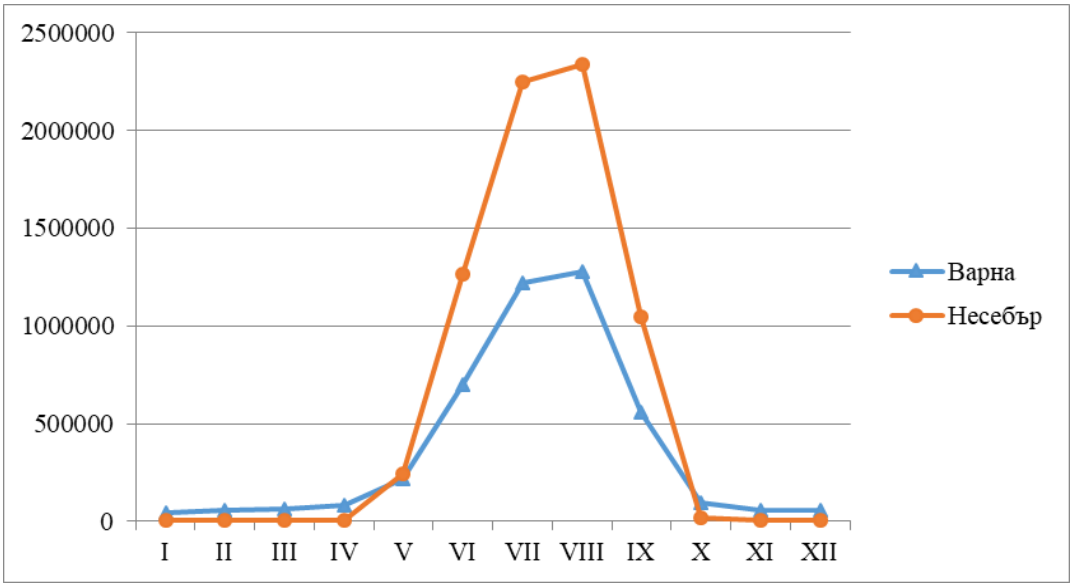
И двете общини демонстрират възстановяване след 2021 г., но с различен профил. Варна расте по-бързо на годишна база през 2023 г., което говори за активна диверсификация и подобрено позициониране. Въпреки това Несебър стои по-близо до равнищата от 2019 г.: приблизително −4,6% срещу −14,2% за Варна. Тази по-малка дистанция до 2019 г. е индикатор за устойчивост на основната ваканционна ниша и за по-пълноценна реактивация на туроператорските канали.

Пазарна структура и категория на продукта

В летния пик в Несебър доминират чуждестранните пазари с отчетлива концентрация в 4–5-звездния сегмент. Особено силно е присъствието от Полша, Обединеното кралство и Румъния, което поддържа високи нива на заетост и благоприятни стойности на приход/нощувка. Въпросната структура предполага ефективна работа на чартърните и пакетните дистрибуционни канали и относително по-висока ценова еластичност в полза на предлагането с по-висок стандарт.

Сезонна концентрация и зависимост от пик месеците

За 2024 г. сезонната концентрация в Несебър е по-силна: делът на нощувките през юли–август достига около 63,8% спрямо около 56,2% във Варна. „Крилата“ на сезона са по-къси, особено в първите четири месеца, докато във Варна делът на януари–април е приблизително 5,6%. Това означава по-висока зависимост на местния бизнес в Несебър от метеорологични и календарни фактори, както и по-голяма чувствителност към шокове в авиационната и туроператорската логистика (виж Фигура 30)

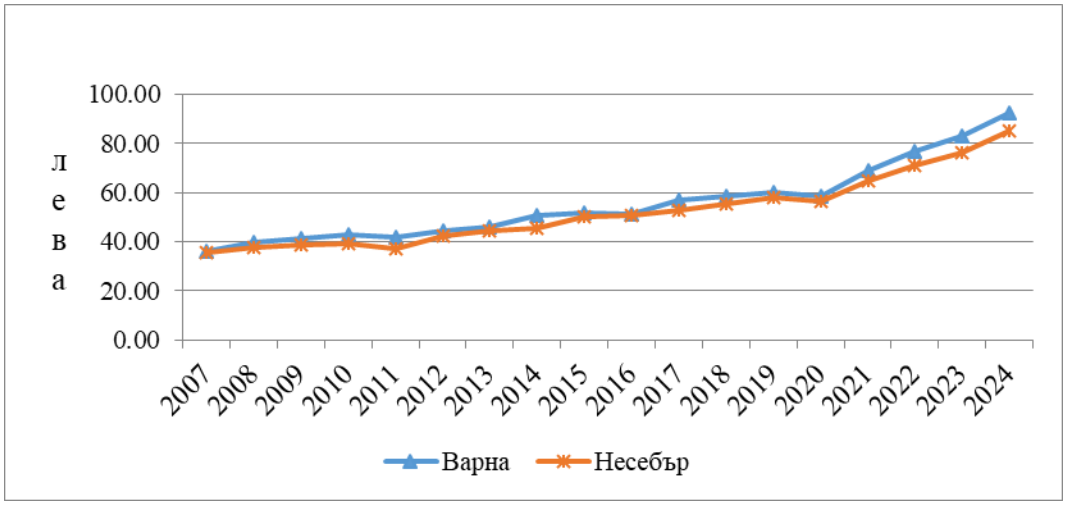


Фигура 30. Реализирани нощувки в местата за настаняване в община Несебър и община Варна през 2024 г. по месеци

Източник: НСИ

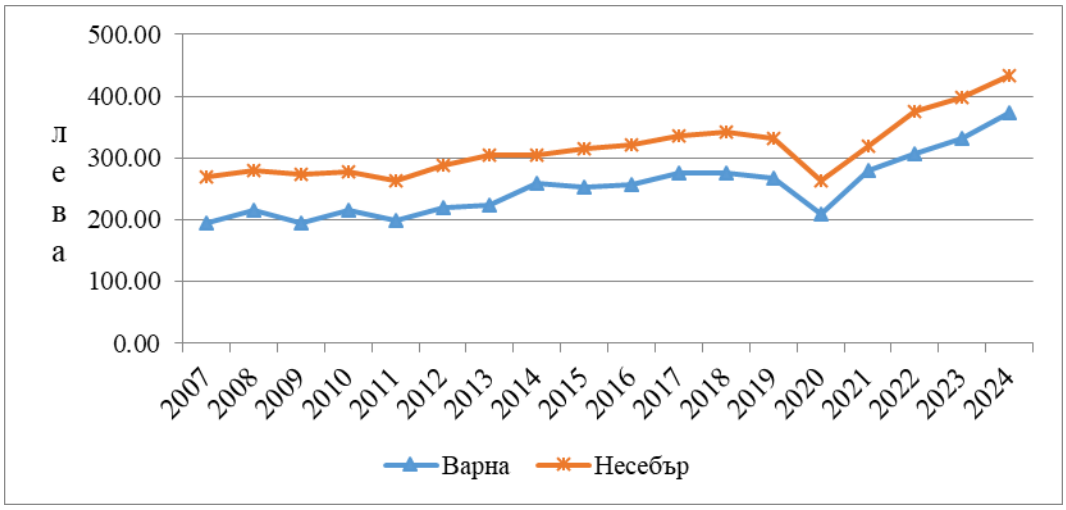
Динамика на приходите от една нощувка и от един турист

Приходните показатели разкриват по-дълбоки измерения на конкурентоспособността. В Несебър приходът от една нощувка традиционно се поддържа на стабилни нива, подпомогнат от концентрацията в 4–5-звездния сегмент и високата степен на стандартизация на пакетния продукт. Силното присъствие на чуждестранни пазари с по-ниска платежоспособност допринася за по-неблагоприятни стойности на приход/нощувка спрямо Варна, където пазарната структура е по-хетерогенна и включва по-широк дял от пазари с по-висока платежоспособност. От друга страна, при анализа на приход от турист се отчита мултиплициращият ефект на по-дългия престой в Несебър – всеки турист остава повече нощувки и генерира по-голяма сума на глава, което повишава приходната плътност и създава устойчиво предимство в рентабилността. Тази комбинация от умерена средна цена на нощувка и по-дълъг престой оформя стратегическо преимущество, което не може лесно да бъде компенсирано от по-високи годишни темпове на растеж във Варна. (Фигури 31 и 32)



Фигура 31. Динамика на прихода от една нощувка в лева в община Варна и община Несебър

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите



Фигура 32. Динамика на прихода от нощувки в лева на един турист в община Варна и община Несебър

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

Конкурентните предимства на община Несебър

Съотнасяйки предходните индикатори, конкурентното ядро на Несебър се концентрира в четири взаимно подсилващи се оси.

Първо, мащабът на легловата база и стабилното пакетно търсене осигуряват системно предимство по обем и заетост.

Второ, по-дългият среден престой повишава приходната плътност и намалява оборотните разходи за клиент, което укрепва маржовете.

Трето, концентрацията в 4–5 звездния хотелиерски сегмент и доминиращият международен микс повишават ценовата устойчивост и улесняват управлението на приходите.

Четвърто, близостта на резултатите на дестинацията до равнищата от 2019 г. свидетелства за по-бърза нормализация на ключовите канали и продуктови линии.

Интегрирани препоръки за позициониране на община Несебър като туристическа дестинация.

Следва да се поддържа „ваканционният“ ДНК на дестинацията, но с фокусирани интервенции за удължаване на сезона. На продуктово ниво това означава разработване на културно-исторически маршрути с ядро „Старинен град Несебър“, които да се

комуникират като самостоятелни атракции извън пик-месеците; календаризиране на събития в пролетно-есенните „крила“ на туристическия сезон (фестивали, спортни събития, гастрономия); и разгръщане на уелнес и семейни уикенд-пакети, насочени към пазари с най-висок летен дял (Полша, Обединеното кралство, Румъния), с ясна цел за „преливане“ на търсенето към май–юни и септември–октомври. От управленска гледна точка е необходима систематична оптимизация на yield мениджмънта в 3–4 звездния хотелиерски сегмент чрез динамично ценообразуване и пакетиране на допълнителни услуги, за да се повиши приходът на налична стая в периодите на пред и след главния туристически сезон. В комуникационен план е препоръчително изграждане на always-on дигитални кампании[48] с микро-сегментиране по интереси и прозорци за резервация, интегрирани с OTA и туроператорски канали, и подкрепени от тактически оферти с ограничено време извън пика.

В светлината на представените графики и данни, конкурентното предимство на община Несебър е многокомпонентно. То се изразява в доминация по обем на търсенето и по заетост благодарение на големия капацитет и утвърдения пакетен ваканционен продукт; в устойчиво по-дълъг престой, който подсилва приходната плътност; в пазарна структура, концентрирана в 4–5звездния хотелиерски сегмент и доминирана от чуждестранни пазари с висока склонност към предварително планиране; и в по-бърза нормализация спрямо базовата 2019 г. Рисковият профил се концентрира в изразена сезонна зависимост и чувствителност към екзогенни шокове в пиковите месеци, което обуславя препоръчаните мерки за диференциация на продукта и маркетингово „изтегляне“ на търсенето към крилата на сезона.

[48] Терминът **„always-on дигитални кампании“** означава комуникационни и рекламни активности, които не са ограничени във времето, а функционират постоянно, 24/7, без да се прекъсват. За разлика от класическите „burst“ кампании (с конкретен старт и край – например месец, тримесечие или конкретна промоция), always-on кампаниите са структурирани така, че непрекъснато да поддържат присъствието на марката в дигиталната среда

4. SWOT анализ на Община Несебър като туристическа дестинация

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
Туристически ресурси	
• **Старият Несебър – обект на ЮНЕСКО, съсредоточава уникално културно-историческо наследство.** Това е основен актив, който се откроява във всички анализи като отличителна черта на общината и конкурентно предимство пред масовите морски курорти. • **Природни ресурси – море, плажове, климат.** Докладите подчертават ролята на морските ресурси и благоприятния климат като основа за масовия туризъм и ключов мотив за избор на Несебър като дестинация. Черно море предлага благоприятни условия за туризъм: полегато морско дъно, относително спокойни води и големи плажни ивици, което прави дестинацията подходяща както за семейства, така и за млади хора. • **Биологичното разнообразие в района** (защитени зони и местности) дава предпоставки за развитие на еко- и алтернативен туризъм.	• **Пренаселеност и натиск върху ресурсите в пиков сезон.** Сезонността води до свръхконцентрация на туристи през юли–август, което изчерпва капацитета на плажовете и културните обекти и влошава преживяването. • **Ограничена употреба извън летния сезон.** Културните и природните ресурси не са достатъчно комерсиализирани през пролетта и есента, а липсата на целогодишни продукти намалява конкурентоспособността. • Замърсяване на околната среда, свързано с интензивното строителство в крайбрежните зони. • Недостатъчно оползотворяване на възможностите за развитие на специализиран туризъм (здравен, еко, културно-познавателен) извън сезона.
Инфраструктура	
• Добра транспортна достъпност – близост до летище Бургас и Варна, връзка с основни международни пазари чрез нискотарифни авиокомпании. • Рехабилитирана пътна мрежа, изградени кръгови кръстовища и модерни съоръжения за отпадъци и канализация в крайбрежните зони. • Изградена Претоварна станция за отпадъци – Несебър и закрити стари сметища.	• Проблеми с паркирането и натоварен трафик в пиковия сезон. • Наличие на компрометирани съоръжения (например частна ПСОВ към в.с. Елените). • Необходимост от канализация и пречиствателни станции във вътрешните села (Оризаре, Гюльовца, Баня). • Ограничена интеграция на „умни“ и зелени транспортни решения.
Суперструктура	
• Голяма леглова база – Несебър и Слънчев бряг са сред най-големите курортни комплекси в Европа.	• Ограничен дял на най-високо категорийните (5-звездни) хотели – около 6%.

• Висок относителен дял на 3- и 4-звездни хотели (над 55% от стаите), което осигурява добро съотношение между цена и качество. • Наличие на разнообразни заведения за хранене и развлечения, включително клубове, барове и тематични ресторанти.	• Липса на достатъчно висококатегорийни заведения (под 16% от местата за сядане са в 4- и 5-звездни обекти). • Слабо присъствие на СПА, уелнес и конгресна инфраструктура, което възпрепятства целогодишното използване на базата. • Много малко места за настаняване функционират извън активния сезон.
Туристическа индустрия	
• Сектор „Хотели и ресторанти“ има най-висок относителен дял сред предприятията в общината – над 22%. • Приходите от туристически дейности и нощувки продължават да нарастват след кризата от COVID-19, особено при чужденци. • Наличие на разнообразни туроператори и партньори, с които работи дестинацията (Германия, Великобритания, Полша, Румъния).	• Намаляване на стойността на дълготрайните материални активи на предприятията в сектора. • Хроничен недостиг на квалифицирани кадри – сезонен труд, ниско заплащане и лоши условия в някои обекти. • Проблеми с качеството на обслужване в обекти, управлявани от собственици без професионален опит.
Маркетингов микс	
Продукт • Силно развит морски ваканционен продукт с международна разпознаваемост (Слънчев бряг, Несебър). • Наличие на уникален културно-исторически продукт – Старият Несебър (ЮНЕСКО). • Допълнителни продукти като сватбен и културно-познавателен туризъм. ***Цена*** • Конкурентни цени спрямо други европейски морски дестинации. • Гъвкави пакетни оферти чрез туроператори и онлайн платформи. ***Дистрибуция*** • Силни позиции на международни туроператори и онлайн резервационни платформи (Booking, Expedia). • Добра свързаност чрез нискотарифни	***Продукт*** • Слабост в развитието на специализирани продукти (СПА, конгресен, спортен туризъм). • Липса на целогодишен туристически продукт – ограничено предлагане извън летния сезон. • Недостатъчно развитие на еко- и алтернативен туризъм. ***Цена*** • Завишаване на цените в пиковия сезон, което поражда негативни отзиви. • Ценова чувствителност на основните пазари (Румъния, Полша). ***Дистрибуция*** • Силна зависимост от туроператори – голяма част от легловата база се продава чрез тях.

авиокомпании и летище Бургас. ***Комуникация*** • Участие на общината в международни изложения и туристически панаири. • Наличие на два туристически информационни центъра и печатни рекламни материали. • Активно присъствие на бизнеса в онлайн пространството.	• Ограничени собствени канали на общината за дистрибуция на туристическия продукт. • Недостатъчна дигитална интеграция на местните малки оператори. ***Комуникация*** • Липса на актуална имиджова брошура и съвременни рекламни кампании. • Недостатъчно използване на социалните мрежи и инфлуенсър маркетинг.
Туристическо търсене към общината	
• Стабилно търсене на културно-познавателен туризъм и нарастващ интерес към музейната мрежа. • Силен ръст на чуждестранните туристи (особено от Румъния, Полша и Чехия). • Запазване на средния престой на българските туристи и увеличаване на нощувките.	• Силно изразена сезонност на търсенето (концентрация в юни–август). • Кратък престой при част от пазарите (например румънци). • Намаляващ интерес от германски и липса на руски туристи. • Колебания в приходите от българските туристи на нощувка.
Общинска администрация и координация	
• Наличие на стратегически документи и участие в международни проекти за устойчиво развитие. • Добро сътрудничество с частния сектор и туроператори за развитие на курорта. • Активно участие в национални и международни инициативи за туризъм.	• Недостатъчна координация между институции, частен сектор и общинска администрация. • Ограничени финансови и човешки ресурси за прилагане на дългосрочна визия. • Недостатъчна фокусираност върху устойчиво управление и дигитализация.
ВЪЗМОЖНОСТИ	**ЗАПЛАХИ**
Политически	
• Развитие на европейската интеграция и по-добро усвояване на средства по програми за регионално развитие на туризма – Несебър може да получи финансиране за инфраструктура, дигитализация и устойчиви практики. • Засилване на трансграничното сътрудничество в туризма между страните от Черноморския басейн – откриват се	• Задълбочаване на военно-политическото противопоставяне в региона (войната в Украйна, напрежения ЕС–Русия), което пряко влияе върху потока от руски и украински туристи – традиционно силни пазари за Несебър. • Политическата нестабилност в Близкия изток и възможни нови бежански вълни към България – риск за имиджа на страната

възможности за общи културни маршрути, в които Несебър да бъде ключова спирка. • България се утвърждава като стабилен партньор в рамките на ЕС и НАТО, което гарантира сигурност на туристите – важен фактор за дестинация с голям дял чужденци. • Активната политика на Министерството на туризма за диверсификация на пазарите – опити за привличане на туристи от Азия и Близкия изток, които биха обогатили профила на посетителите в Несебър. • Приоритетността на културно-познавателния туризъм в държавната политика – напълно съответства на уникалния ресурс на Стария Несебър (ЮНЕСКО).	като сигурна туристическа дестинация. • Противоречива външна политика на България спрямо Русия – води до спад на руския туристопоток и затруднения за бизнеса, работещ с този пазар. • Задълбочаване на стратегическото партньорство Русия–Турция в областта на туризма, което насочва руски туристи към турските курорти вместо към България. • Рискове от терористични актове и глобални заплахи от страна на радикални движения – макар и косвен, този риск влияе върху избора на сигурни дестинации от страна на чужденците.
Правни	
• Усъвършенстване на нормативната база на туризма в България – въвеждане на по-ясни правила за категоризация на обектите и за контрол върху качеството на услугите, което може да подобри имиджа на Несебър и конкретно на к.к. Слънчев бряг като дестинация. • Институционална и законодателна подкрепа за публично-частно партньорство – например за управление на културните обекти в Стария град или за развитието на зелена инфраструктура. • Законодателни промени, позволяващи внос на сезонни кадри от трети страни (Украйна, Молдова, Азия), които могат да компенсират недостига на персонал в летния сезон. • Насърчаване на малкия и средния бизнес чрез облекчени процедури и стимули – важно за семейните хотели, ресторанти и малките туристически оператори в Несебър. • Въвеждане на стандарти за устойчив туризъм и зелени практики, които могат да се използват за маркетинг на дестинацията.	• Изостряне на конкуренцията на пазара на труда и недостатъчна правна защита за работодатели и служители – проблем, който води до миграция на кадри към други стопански сектори и дестинации. • Визов режим за туристи от държави с потенциално масово търсене (напр. Турция, Украйна, Китай), което ограничава възможностите за диверсификация на пазара на Несебър. • Честа динамика в нормативната уредба – промени в правилата за категоризация, застраховане и краткосрочни наеми, които създават несигурност за местния бизнес. • Недостатъчно строг контрол върху строителството и екологичните норми, което може да доведе до презастрояване и влошаване на имиджа на дестинацията.
Икономически	
• Относителна стабилност на финансово-	• Риск от глобална икономическа рецесия,

икономическата система на България и членството ѝ в ЕС, което създава предвидимост за инвеститорите. • Държавни и общински мерки за подобряване на бизнес климата, които могат да стимулират инвестиции в нови туристически обекти в Несебър и района. • Усилия на Министерството на туризма за привличане на преки чуждестранни инвестиции, особено в сферата на висококатегорийния и устойчив туризъм. • Разрастване на споделената икономика в туризма – платформи като Airbnb и Booking увеличават достъпа до пазара за малки местни предприемачи. • Възможности за европейско финансиране (План за възстановяване, програми за регионално развитие, зелена и дигитална трансформация), които могат да се насочат към модернизация на туристическата инфраструктура в общината.	която да намали покупателната способност на основните пазари (Германия, Полша, Великобритания, Румъния). • Намаляване на интереса и доверието от страна на чуждестранни инвеститори заради несигурност и силна конкуренция от Турция, Гърция и други дестинации. • Висока инфлация и растящи разходи за енергия и суровини, които оскъпяват туристическия продукт и намаляват конкурентоспособността на Несебър. • Силна зависимост на местната икономика от туризма – липса на диверсификация, което прави общината уязвима към кризи (пандемии, войни, валутни колебания). • Изтичане на приходи към международни туроператори и онлайн платформи – местният бизнес получава по-малък дял от добавената стойност.
Демографско-социални	
• Увеличаване на сегмента на хората в третата възраст с доходи за туризъм, които често избират културни и спокойни дестинации като Несебър извън активния сезон. • Повишаване на образователното равнище и интереса към културно-познавателни пътувания – пряко свързано със Стария град (ЮНЕСКО). • Засилване на грижата за здравето и интерес към рекреационен туризъм – предпоставка за развитие на СПА и уелнес услуги. • Нарастване на дела на самостоятелно организираните пътувания чрез електронни канали (Booking, AirBnB) – особено при младите семейства и туристи от ЦИЕ. • Положителен естествен прираст и засилен механичен прираст на населението в община Несебър, благодарение на привлекателността на района за постоянно живеене.	• Миграция на квалифицирани туристически кадри към конкурентни дестинации (напр. Варна, Бургас, чужбина). • Недостиг на кадри със средно и висше образование в сферата на туризма – голяма част от персонала е сезонен и без специализирана подготовка. • Пренаселеност през летните месеци, водеща до социално напрежение между туристи и местни жители. • Изкривяване на социалната среда в Слънчев бряг – концентрация на младежи-туристи и нощни забавления, което създава противопоставяне с културния имидж на Стария Несебър.

Екологични	
• Висока степен на съответствие на питейната вода както на национално, така и на местно ниво – гаранция за качествено обслужване и здравословна среда за туристите. • Отлично и добро качество на морските води за къпане в района на общината – фактор, който повишава привлекателността на плажовете и създава конкурентно предимство спрямо други дестинации. • Въвеждане на принципите на кръговата икономика в туристическата индустрия – рециклиране на отпадъци, енергийна ефективност и устойчиви практики, които могат да се използват за брандиране на Несебър като „зелена дестинация“. • Наличие на адекватна национална и общинска нормативна база за опазване на околната среда – създава предпоставки за контрол върху застрояването и ресурсите. • Възможности за развитие на еко-туризъм и алтернативни туристически продукти (пешеходни маршрути, велоалеи, наблюдение на птици и морски биологичен туризъм).	• Прогресивно увеличаване на автомобилния трафик в пиков сезон, водещо до замърсяване на въздуха и шумово натоварване в Несебър и Слънчев бряг. • Запрашеност на въздуха в населените места – в резултат от строителство и недостатъчна поддръжка на уличната мрежа. • Висока концентрация на туристически обекти в близост до плажове и културни паметници, което създава риск за природните и историческите ресурси. • Презастрояване на крайбрежието, което води до загуба на природни територии, влошаване на пейзажа и негативен ефект върху имиджа на дестинацията. • Риск от замърсяване на крайбрежните води от преминаващи товарни плавателни съдове – особено в силен летен сезон, когато натоварването на морския трафик се увеличава. • Опасност от природни катаклизми – свлачищни процеси, ерозия на плажните ивици, бурни вълнения – които могат да ограничат използването на крайбрежните зони за туризъм. • Влияние на климатичните промени – повишаване на температурите, по-дълги горещи вълни и риск от по-кратък летен и преходен сезон.
Технологични	
• Обновяване и развитие на транспортната мрежа на национално и регионално ниво – ускореното изграждане на магистрала „Черно море“ би подобрило достъпа до Несебър и съседните курорти, улеснявайки автомобилния трафик от вътрешността на страната. • Подобряване на общата транспортна	• Нарастване на разходите за хардуер, софтуер и поддръжка на дигитални системи – тежест за малките и средни оператори в Несебър. • Недостиг на квалифицирани кадри с дигитални умения – проблем, който затруднява внедряването на модерни

инфраструктура в по-слабо усвоени за туризъм територии на общината (селски райони, природни местности) – предпоставка за диверсификация на туристическия продукт извън крайбрежието. • Дигитализация на създаването, дистрибуцията и комуникацията на туристическия продукт – онлайн платформи, социални мрежи и мобилни приложения позволяват директен достъп на Несебър до нови пазари, включително млади и самостоятелно организирани туристи. • Въвеждане на „смарт“ технологии в хотелиерството (умни стаи, безконтактни плащания, мобилни приложения за резервации) – възможност за повишаване на качеството и персонализацията на услугите. • Развитие на системи за управление на дестинацията (Destination Management Systems) – интегрирани платформи за координация между общината, бизнеса и туристите.	технологии в туристическите предприятия. • Опасност от нарушаване на правата на потребителите чрез подвеждаща онлайн информация, фалшиви оферти или неизпълнение на обещаното качество – риск за имиджа на дестинацията. • Уязвимост към хакерски атаки и кибер заплахи, включително при онлайн резервации и обработка на лични данни на туристи. • Прекомерна зависимост от международни платформи (Booking, Expedia, Airbnb), които контролират дистрибуцията и намаляват печалбата на местните оператори.

Източник: Таблицата е съставена от авторите

Част втора. СТРАТЕГИЧЕСКА РАМКА ЗА РАЗВИТИЕТО НА ОБЩИНА НЕСЕБЪР КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

1. Визия, мисия, стратегически цели и стратегии

1.1. Визия за дестинацията

Визията представлява желаното и постижимо туристическо състояние на община Несебър към 2035 г. и определя рамката за реализация на програмата за устойчиво развитие на туризма в дестинацията.

С оглед на текущото развитие на глобалния и българския туризъм и при отчитане на стратегическите цикли на ЕС (2021–2027) и Агенда 2030, настоящата формулировка на визията за дестинация Несебър издига хоризонт **2035 г.** и стъпва върху утвърдени европейски приоритети: *зелена и дигитална трансформация*, *управление на посетителските потоци* и *стимулиране на пътуванията извън пиковите туристически сезони*. Наблюденията за 2025 г. от европейските пазарни анализи потвърждават тенденции към по-чести пътувания, по-кратки престои, по-високи бюджети и търсене на смислени, автентични преживявания, включително уелнес и природа—посока, в която Несебър има капацитет да се диференцира устойчиво.[49]

По-долу е предложена актуализирана и консистентна формулировка на визията за туристическо развитие на община Несебър, изведена на основата на изготвения SWOT анализ и синхронизирана с водещите европейски и глобални туристически тенденции и политики

До 2035 г. Несебър се утвърждава като водеща устойчива дестинация на Черно море с четирисезонен, диверсифициран и висококачествен туристически продукт, основан на съхраненото световно културно наследство и морската природа, на зелена и дигитална инфраструктура и на приобщаваща местна икономика. Общината в партньорство с бизнеса и местната общност управлява

[49] European Travel Commission. European Tourism: Trends & Prospects Quarterly Report (Q2/2025). // ETC-Quarterly-Report-Q2-2025_Public.pdf (20.09.2025); European Union (2022). Tourism Transition Pathway: the EU strategy to boost green and digital transformation. // Tourism Transition Pathway: the EU strategy to boost green and digital transformation | EU Tourism Platform (20.09.2025); European Commission (2022). Transition Pathway for Tourism. doi: 10.2873/344425 // Transition_Pathway_For_TourismFEB2022_correctedlink.pdf (21.09.2025).

интелигентно посетителските потоци и сезонността на посещенията, насърчава пътувания извън пиковия летен туристически сезон, минимизира екологичния отпечатък и максимизира локалната добавена стойност, осигурявайки развитие на дестинацията в съответствие с европейските стандарти и Глобалните цели на ООН до 2030[50] ***за устойчиво развитие***.

За реализирането на визията за развитие на община Несебър като туристическа дестинация решаваща роля играе местното самоуправление.

Общинският съвет, кметът и общинската администрация осъществяват лидерство на принципите на „управление на дестинацията“ (destination management), като: (1) създават предсказуема регулаторна и инвестиционна среда; (2) реинвестират адекватен дял от туристическите приходи в публични улеснения, интерпретация и опазване на културното и природното наследство; (3) изграждат и поддържат интегрирана платформа за управление на дестинацията (DMS) и данни в реално време; (4) споделят отговорността с бизнеса и гражданите чрез устойчиви публично-частни партньорства. Този подход е в унисон с съвременните политики за устойчив и приобщаващ растеж в туризма.[51]

В разгърнат вариант, визията за туристическо развитие на община Несебър съдържа следните основни желани и възможни постижения:

Първо, съхранено и достъпно културно наследство и природа.

Старият Несебър и крайморските екосистеми се управляват чрез планове за посетителски потоци, прагове на носещ капацитет, интелигентно разпределение във времето и пространството, предварителни резервации за обекти с ограничен капацитет и дигитални инструменти за насочване и регулиране на посетителското поведение. Прилага се инструментариумът на ЮНЕСКО за устойчив туризъм (вкл. Visitor Management Assessment & Strategy Tool /VMAST/) и се въвеждат мерки за адаптация към

[50] Глобалните цели за устойчиво развитие са приети на 25 септември 2015г.от 193 страни от Общата Асамблея на ООН в Ню Йорк. Приет е т.н. Нов дневен ред на ООН, озаглавен „Трансформиране на нашия свят: Дневен ред 2030 за устойчиво развитие” (*Transforming our world*).

[51] World Economic Forum. (2025). Future of Travel and Tourism: Embracing Sustainable and Inclusive Growth BRIEFING PAPER JANUARY 2025. // WEF_Future_of_Travel_and_Tourism_2025.pdf (21.09.2025)

климатичните рискове (топлинни вълни, ерозия на плажове), така че да се съчетаят опазването и качественото преживяване.[52]

Второ, създаден четирисезонен и диверсифициран туристически продукт

Надгражда се морският ваканционен продукт чрез културно-познавателни маршрути в „крилата“ на главния туристически сезон, уелнес и рекреационни услуги, спортни и културни събития, бутиков конгресен и делови туризъм в малки формати, екотуризъм и селски микро-преживявания във вътрешните територии на общината. Целта е да се „разсее пика“ на летния туристически сезон и да се покачи средният приход на посетител при по-равномерна заетост на наличната леглова база. Европейските наблюдения за 2025 г. показват растящ интерес към по-кратки престои, по-високи бюджети и пътувания извън традиционния главен туристически сезон, което подкрепя споделената пазарна ориентация.

Трето, осигурена качествена и „зелена“ свързаност на територията на общината

Подобряват се устойчивата мобилност и достъпът до обектите чрез периферни паркинги с трансфер, интелигентно управление на трафика, вело-мрежи и удобни пешеходни връзки; стимулира се електромобилността и градската логистика с ниски емисии. Привеждането на местната инфраструктура към европейските приоритети за зелен и дигитален преход се използва и като конкурентно предимство в комуникацията на дестинацията.

Четвърто, осъществявана дигитална трансформация и използване на бази данни

Общината и бизнесът в дестинацията работят с интегрирани данни от резервации, мобилност и атракции, за да управляват капацитет, тарифи и услуги в реално време; въвеждат се безконтактни плащания, мобилни приложения, дигитални карти и персонализирани маршрути, а за малките оператори се осигурява онбординг към общински дигитални канали. Виждането следва европейския акцент върху

[52]UNESCO World Heritage Centre 1992-2025 UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit // World Heritage Centre - Sustainable Tourism Toolkit (21.09.2025)

дигитализацията като опора на устойчивостта и резилиентността на туристическите дестинации.

Пето, съхранен хуманен капитал и постигнато приобщаване

Общината и бизнесът съвместно развиват програми за кадри (дуално обучение, стажове, сезонна заетост с достойни условия на труд), като насърчават локалните доставчици и къси вериги на доставки, за да се ограничи изтичането на стойност към външни посредници и платформи. Този фокус е в синхрон с приоритета на ОИСР за подсилване на работната сила и приобщаващите ползи от туризма.[53]

Шесто, устойчиво финансиране и кръгова икономика

Част от туристическите приходи се насочват към енергийна ефективност, управление на отпадъците, водни цикли, интерпретация на наследството и зелени публични пространства – мерки, които подкрепят бранд позициониране „зелена дестинация на Черно море“ и намаляват сезонните външни ефекти. Виждането съответства на целите на Европейския преход и на климатичните ангажименти на сектора.

Седмо, реализиран интелигентен маркетинг и ребрандиране

Използва се диференциран маркетингов микс, ориентиран към сегменти с по-висока добавена стойност (културни пътешественици, уелнес-потребители, семейства извън главния туристически сезон, дигитални номади с краткосрочен престой), с акцент върху разказването на истории, качествено съдържание, инфлуенсър партньорства и управление на репутацията. Кампаниите целенасочено ориентират търсенето към извънпикови периоди на посещения и към по-слабо натоварени територии, в съзвучие с препоръките на европейските туристически организации за балансиране на сезонността.

Осмо, ефективно управление на риска и осигурена безопасност

Планирането отчита геополитически и макроикономически рискове, киберзаплахи и здравни кризи, поддържа сценарии за реакция и комуникационни

[53] OECD. OECD TOURISM TRENDS AND POLICIES 2024 | OECD. 8 JULY 2024 (21.09.2025)

протоколи, и гарантира високи стандарти за безопасност и защита на данните, за да се запази доверието на пазарите и да се поддържа конкурентоспособността.

1.2. Мисия на публичната администрация на община Несебър

Мисията на публичната администрация на община Несебър, под ръководството на кмета, е ***да бъде лидер, координатор и медиатор на устойчивото управление на дестинацията, като организира и насърчава партньорства с бизнеса, гражданите и професионалните организации, гарантира предвидима регулаторна среда и предоставя качествени, дигитални и достъпни публични и административни услуги за всички заинтересовани страни в туризма***.

Формулираната мисия включва целенасочено развитие на системи за управление на дестинацията (Destination Management), устойчиво опазване и интерпретация на културното наследство със статут на ЮНЕСКО и природните ресурси, както и диверсификация на туристическия продукт за намаляване на сезонността и повишаване на добавената стойност за местната общност.

Основните направления за изпълнение на мисията на публичната администрация на Община Несебър следва да бъдат:

Първо, лидерство и партньорства

Иницииране и поддържане на устойчиви публично-частни партньорства за управление на ключови атракции и създаване на зелена инфраструктура; системно включване на местния бизнес и общността в ко-дизайна на туристически продукти и политики.

Второ, създаване и гарантиране на предвидима и подкрепяща регулаторна среда

Съкращаване и дигитализация на административните процедури („едно гише“), яснота и постоянство в правилата, засилен контрол за качеството и съответствието с екологичните норми, за да се повиши доверието и инвестиционната активност.

Трето, дигитализация чрез създаване и използване на бази от данни

Разгръщане на интегрирана система за управление на дестинацията (DMS)[54], подпомагаща координацията между общината, бизнеса и туристите; насърчаване на „смарт“ решения, електронни резервации и безконтактни услуги, включително онбординг на малките оператори към общински канали.

Четвърто, инициативи и съдействие на бизнеса за продуктова диверсификация

Целенасочено продуктово развитие извън летния туристически сезон чрез създаване и поддържане на културно-познавателни маршрути, уелнес, спортни събития и MICE събития.

Шесто, изграждане и поддържане на качествена инфраструктура и на възможности за висока степен на мобилност

Планиране и инвестиции за управление на трафика и паркирането в пиковия сезон, подобряване на достъпа до вътрешните територии на общината и интегриране на устойчиви транспортни решения.

Седмо, създаване и налагане на стандарти за качествено туристическо обслужване и развитие на човешки капитал в туризма

Стимули за повишаване на обслужването и професионализацията, включително обучения и дуални програми в партньорство с бизнеса и образователните институции; подкрепа за развитието на СПА/уелнес услуги в отговор на нарастващия интерес към здраве и рекреация.

Осмо, системни мерки за опазване на околната среда и функциониране на кръгова икономика

Приоритизиране на мерки за енергийна ефективност, управление на отпадъците, водни цикли и защита на природните и културни ресурси; използване на кръгови практики като елемент на бранда „зелена дестинация“.

[54] DMS (Document Management System) – система за управление на документи. Тя осигурява централизирано съхранение, структуриране, контрол на достъпа, проследимост на версиите и автоматизация на документооборота в организацията

Девето, осъществяване на интегриран маркетинг за добра репутация на дестинацията

Координация на маркетинговите усилия на общината и бизнеса; модернизиране на официалните дигитални канали, активна работа със съдържание и инфлуенсър маркетинг; целенасочено насочване на търсенето към периода извън главния летен туристически сезон и към по-слабо натоварени локации на територията на общината.

Десето, прозрачност и отчетност за работата на общинската администрация

Използване на ясни индикатори за изпълнение (например индекс на сезонност, удовлетвореност на жители и гости, дял на извънпикови нощувки, среден разход на посетител, емисии на парникови газове паритетно на нощувка), публични отчети и периодичен диалог със заинтересованите страни.

Единадесето, създаване и поддържане на ефективна система за управление на риска и съответствието

Поддържане на висока степен на готовност за реакция при климатични, здравни, кибер и пазарни сътресения; поддържане на протоколи за безопасност и защита на данните, които укрепват доверието на пазара и устойчивостта на дестинацията.

1.3. Стратегически цели за развитието на община Несебър като туристическа дестинация

Формулираната визия за развитие на община Несебър като ядро на туристическа дестинация за отговорен туризъм следва да се обвърже с *количествени и качествени дългосрочни цели*.

1.3.1 Количествени цели

Актуални стратегически количествени цели за община Несебър като туристическа дестинация до 2035 г. следва да се основат на данните за развитието на туризма в общината за периода 2007–2024 г., на изводите от SWOT анализа, визията и мисията на дестинацията. Както е видно от анализа в предходната част, изходните данни

на НСИ за дейността на *туристическите обекти с 10 и повече легла*, които могат да се приемат за отправна точка на целеполагане са както следва (Таблица 20):

Таблица 20. Данни на НСИ за община Несебър по основни туристически показатели за периода 2019-2024 като база за целеполагане

Година	Нощувки общо	Дял чужд. нощувки (%)	Капацитет - легла-денонощия	Експлоатационна заетост (%)	Легла (бр.)	Дял нощувки извън VII–VIII (%)	Индекс (V+IX)/ (VII+VIII)
2019	7345946	91,08	12602196	58,29	89663	39,43	0,31
2024	7191063	82,20	12349285	58,23	94328	36,17	0,28

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

- **Общо брой нощувки:** от 7 345 946 през 2019г. възстановяване след COVID 19 до 7 191 063 през 2024;
- **Експлоатационна заетост на легловата база** (нощувки/леглоденонощия): от 58,29% през 2019 възстановяване до ~58,23% през 2024г.
- **Леглова база:** от ~89,663 легла през 2019г. нарастване до ~94,328 през 2024) и **капацитет на леглоденонощия:** от ~12,60 млн. през 2019 възстановяване до ~12,35 млн. през 2024г.
- **Сезонност:** дял на нощувките извън месеците юли–август- 39,43% през 2019г. спадане до 36,17% през 2024г.; **коефициент** на съотношението на реализираните нощувки по месеци **(май+септември)/(юли+август)** от 0,31 през 2019г. спадане до 0,28 през 2024г.
- **Пазарна структура:** дял на чуждестранните нощувки от 91,1% през 2019г. спадане до 82,2% през 2024г.; комбиниран дял на ТОП-2 (първите два) чужди пазара от 32,8% през 2019г. увеличаване до 34,8% през 2024г.

На основата на направените анализи и изходни данни могат да бъдат предложени количествени стратегически цели за развитие на община Несебър като туристическа дестинация с хоризонти 2030 и 2035г. както следва в Таблица 21.

Таблица 21. Стратегически количествени цели за община Несебър за периода 2025-2035 по показатели и данни, отчитани от НСИ

Показател	**2019**	**2024**	**2030**	**2035**	**2035/2019**	**от 2024**
Легла общо - бр.	89663	94328	97193	99648	11,1	0,5% год.
Леглоденонощия - бр.	12602196	12349285	13607083	16441872	30,5	
Реализирани нощувки - бр.	7345946	7191063	9204483	11306756	53,9	4,2% год.
в т.ч. от чужденци - бр.	6690845	5911004	7623139	9274714	38,6	4,0% год.
в т. ч. от български граждани - бр.	655101	1280059	1581345	2032042	210,2	5,2% год.
Експлоатационна заетост на легловата база, % (НИКЛБ)	58,29%	58,23%	67,64%	68,8%		
Годишна заетост на легловата база, %	22,45	20,89	25,95	31,09	38,5	3,6% год.
Пренощували лица - бр.	1277190	1410469	1710336	1982748	55,2	3,0% год.
в т.ч. от чужденци - бр.	1104629	1066281	1288434	1457745	32,0	2,5% год.
в т. ч. от български граждани - бр.	172561	344188	421901	525003	204,2	4,5% год.
Среден брой нощувки на 1 лице	5,75	5,10	5,38	5,70	-0,9	1,1,% год.
Ср. бр. нощувки на 1 чуждест. турист	6,06	5,54	5,92	6,36	5,0	1,5% год.
Ср. бр. нощувки на 1 бълг. турист	3,80	3,72	3,75	3,87	2,0	0,5% год.
Приходи от нощувки - хил. лв.	423980	611180	1038906	1614951	280,9	9,2% год.
в т.ч. от чужденци- хил. лв	394358	505984	874470	1357870	244,3	9,2% год.
в т. ч. от български граждани - хил лв.	29622	105196	164436	257080	767,9	9,4% год.
Приходи от 1 нощувка - лв.	57,7	84,99	112,9	142,8	147,5	4,8% год.
в т.ч. от 1 нощувка на чужденец	58,9	85,60	114,7	146,4	148,4	5,0% год.
в т.ч. от 1 нощувка на български гражданин	45,2	82,18	104,0	126,5	179,8	4,0% год.

Приходи от 1 пренощувал турист - лв.	332,0	433,32	607,4	814,5	145,4	6,0% год.
в т.ч.от 1 пренощувал чужденец	357,0	474,53	678,7	931,5	160,9	6,5% год.
в т.ч. от 1 пренощувал български гражданин	171,7	305,64	389,7	489,7	185,3	4,6 % год.
Дял чужд. нощувки (%)	91,08	82,2	82,82	82,03	-9,9	
Дял нощувки извън VII–VIII (%)	39,43	36,17	45,00	50,00	26,8	
Индекс (V+IX)/(VII+VIII)	0,30	0,28	0,40	0,50	66,7	
Концентрация TOP-2 пазари (дял от чужд. нощувки, %)	32,84	34,82	30,00	25,00	-23,9	
Дял 5★ стаи (%)	6,0	6,0	10,0	12,0	100,0	
Интеграция в DMS (% леглова база)			85	95		

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

Първо, *контролирано нарастване и качествена трансформация* **на *легловата база (бр. легла)***: от **94.3 хил. легла** през 2024г. до **≤97 хил. легла през 2030 и ≤99 хил. легла 2035г.**

Второ, *увеличаване на дела на капацитета на местата за настаняване с категория 5★ звезди* (%): от начална база приблизително **6%** през 2024г до **≥10% през 2030 и ≥12% през 2035г. Целта е** повишаване на стойността на нощувката с фокус върху по-висококатегорийни услуги и добавена стойност.

Трето, *увеличаване на предлагането на наличния леглови капацитет, изразено в леглоденонощия (бр.).* Увеличеното предлагане следва да става *чрез повече отворени дни на местата за настаняване извън главния летен туристически сезон: от* 12.35 млн. леглоденоношия през 2024г. до **≥13,6 млн. леглоденонощия през 2030г. и ≥16,0 млн. леглоденонощия през 2035г.**

Четвърто, *умерен реален растеж на броя на реализираните нощувки* в местата с 10 и повече легла, наблюдавани от НСИ (~4,2% средно годишно от 2024), фокусиран в

крилата на летния туристически сезон. **Общо реализирани нощувки (бр.): от 7,2** млн. през 2024г. до **≥9,2млн. през 2030 и ≥11,3 млн. през 2035г.**

Пето, *намаляване на сезонната концентрация. Нарастване на дела* **на нощувките извън месеците юли–август (%)**: от **36,17%** през 2024г. до **≥45% през 2030 и до ≥50%** през **2035г.** Целта *кореспондира с критерия за устойчивост и деконцентрация на натоварването на дестинацията през главния летен туристически сезон.* Увеличаване на **индекса (V+IX)/(VII+VIII)** *(баланс между крилата на сезона - месеците май и септември и неговия пиков период – месеците юли и август): от* **0,28** през 2024г. до **≥0,40 през 2030 и до ≥0,50 през 2035г.**

Шесто, *повишаване на годишната заетост на наличния леглови контингент* (%) *(на база леглоденонощия): от* 58,23% през 2024: до **≥67,64% през 2030 и до ≥68,8%** през **2035г.** Следва да се *постига чрез удължаване на работните дни на обектите през годината, не чрез масово добавяне на легла.*

Седмо, *пазарна диверсификация между вътрешен и международен туристически пазар– дял на нощувките от чуждестранни туристи* (%): от 82,2% през 2024 до задържане на **82,82% през 2030 и спадане до 82,03 през 2035г.** *Целта е* по-голям устойчив дял на вътрешния пазар и балансиране на външните рискове. SWOT анализът подчертава **зависимост от ограничен брой външни пазари и туроператори**.

Осмо, *намаляване на концентрацията по чуждестранни емитивни пазари* - *дял на нощувките на туристи от първите **ТОП-2 чужди пазара** (%): от* 34,8% през 2024г. до **2030: ≤30%; 2035: ≤25%. Целта е** намаляване на уязвимостта и цикличността чрез по-широк пазарен микс; подкрепя се от SWOT анализа - „диверсификация на пазари/сегменти“ като ключова необходимост).

Девето, *продуктово развитие извън главния летен туристически сезон* *(брой пазарно зрели продукти/сезони).* **Цел до 2030г. въвеждане на** ≥8 нови продуктови пакета за крилата на летния туристически сезон и за зимния сезон (културно-исторически, винено-кулинарен, уелнес, спортни събития и др.) и **цел до 2035 въвеждане на** ≥14 нови продуктови пакета. Целите съответстват на *възможностите за СПА/уелнес и културно-събитийни формати, отчетени в SWOT.*

Десето, ***преодоляване на намалението на средния престой на туристите в дестинацията.*** Въпреки глобалната тенденция за съкращаване на туристическия престой в дестинациите, целта за дестинация Несебър е да се постигне минимално увеличение на средния престой от **5,10 нощувки на един турист през 2024г**. до **5,38 нощувки през 2030г**. и до **5,70 през 2035г**. като се достигне равнището на предпандемичната 2019г.

Единадесето, ***увеличение на приходите от една нощувка, от един турист и на общите приходи от нощувки в дестинацията.*** Целта е на основата на повишено качество на услугата в местата за настаняване приходите от една нощувка да нарастват с **4,8% годишно** от 84,99 лв. през 2024г. на 112,9 лв. през 2030г. и на 142,8ле. през 2030г. В следствие на нарастването на броя на нощувките и на приходите от една нощувка общите приходи от нощувки в местата за настаняване в общината следва да нарастват с 9,2% средно годишно от **611,2** милиона лева **през 2024г**. на **1038,9 милиона лв. през 2030г**. и на **1614,95 милиона лв. през 2030г**.

Дванадесето, ***увеличаване на мобилността и намаляване на натиска върху Стария град*** *(оперативни индикатори).* **Цел 2030:** −30% пиков автомобилен трафик спрямо 2024 (чрез „park&ride“, е-мобилност, временни режими); **Цел 2035:** −50%. Целите *адресират установените слабости, свързани с трафик/паркиране и претоварване в пикови дни на главния летен туристически сезон*

Тринадесето, ***въвеждане на дестинационна DMS и обхват на легловия контингент в наличните места за настаняване*** *(% от легловата база, свързана с DMS): б***азата през 2025** следва да се верифицира при старта на системата и да интегрира наличната леглова база в дестинацията през плановия период както следва: до **2030: ≥85% и до 2035: ≥95%.** *DMS е посочена като приоритет за дигитализация, управление на натоварването и маркетинг на дестинацията.*

Поставените количествени цели са в съответствие със SWOT-анализа, визията и мисията както следва:

Качествена трансформация: целите 1, 2 и 3 насочват към повишаване на категорията на местата за настаняване и добавената стойност вместо масово

разширяване на легловата база; в синхрон с желанието за „екологично отговорни, рентабилни и социално интегриращи“ форми на туризъм.

Сезонност и концентрация: целите 4, 5 и 6 редуцират отчетената висока сезонност и зависимостта от кратък пик на летния туристически сезон.

Пазарна концентрация: цели 7 и 8 водят към пазарна диверсификация по линията „вътрешен-международен пазар“ и в направление основни емитивни пазари за дестинация Несебър.

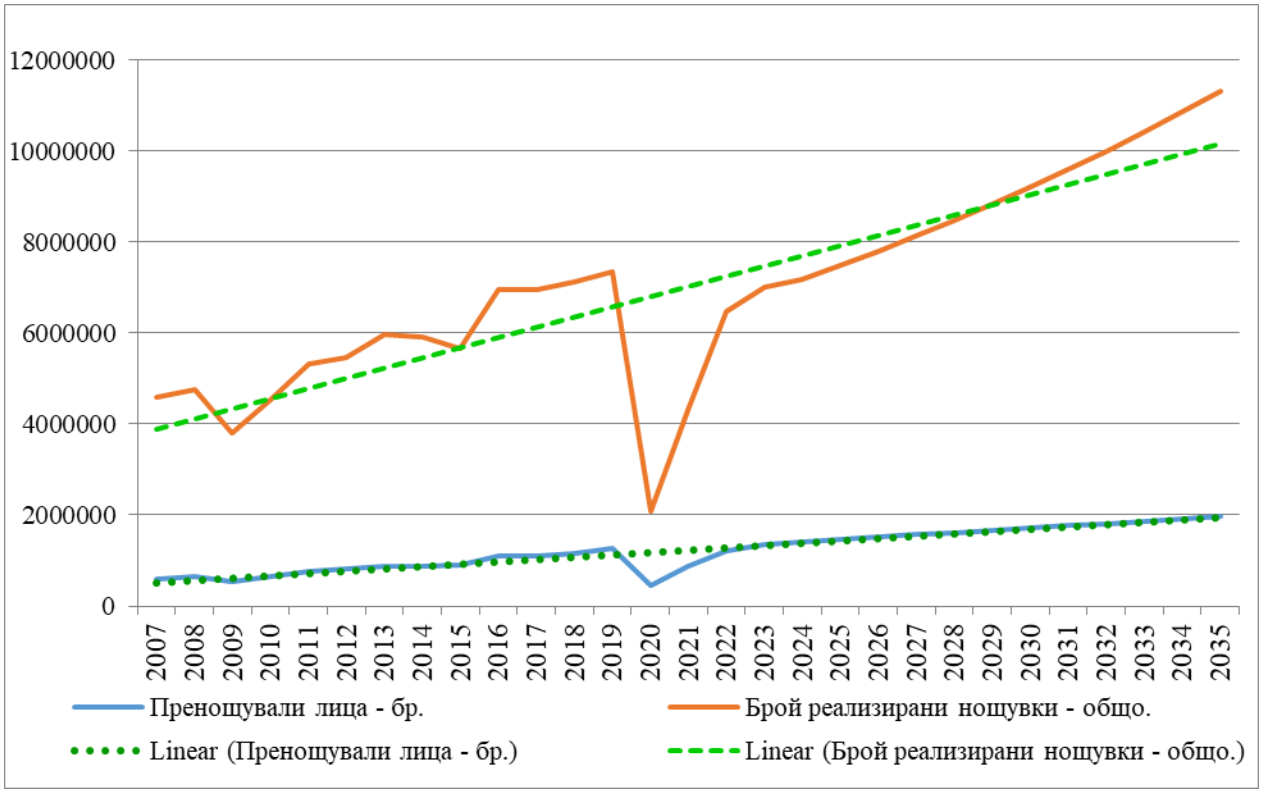
Продуктова диверсификация: цел 9 капитализира върху отчетените продуктови възможности (културен туризъм, уелнес туризъм, винено-кулинарен туризъм, спортни/фестивални събития) за четири сезона.

Приходи от туризъм: цели 10-11кореспондират с нарастването на приходите от туризъм и повишаването на рентабилността от туристическа дейност в дестинацията.

Териториално/оперативно управление: цел 12 отговаря на идентифицираните проблеми с трафика и натиска върху Стария град.

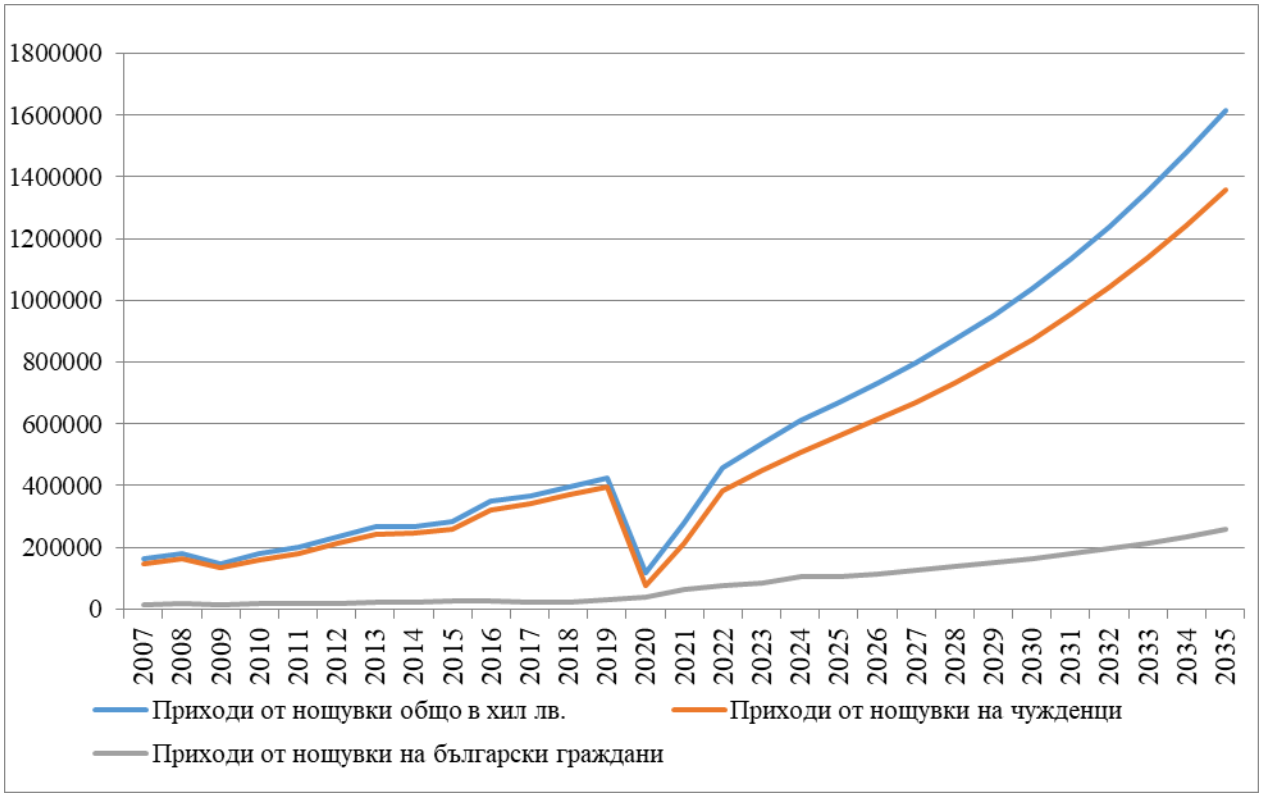
Дигитализация и управление: цел 13 (DMS) реализира препоръките за модерно дестинационно управление и пазарна адаптивност.

В синтезиран вид поставените количествени цели се визуализират графично в реалистичен сценарии за развитие на дестинация Несебър както следва във фигури 33 и 34



Фигура 33. Реалистичен сценарий за дестинация Несебър до 2035г. по брой реализирани нощувки и брой пренощували лица по статистика на НСИ

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите



Фигура 34. Реалистичен сценарий за дестинация Несебър до 2035г. по приходи от нощувки по статистика на НСИ

Източник: По данни на НСИ и изчисления на авторите

1.3.2 Качествени стратегически цели с хоризонт 2035г.

Предложените **качествени стратегически цели** за развитие на община Несебър като туристическа дестинация с хоризонт 2035 г. са синхронизирани с извършените анализи (SWOT, данни на НСИ), с приетите визия и мисия, и кореспондират директно с вече предложените количествени KPI (*сезонност на посещенията, заетост на леглова база, концентрация по пазари, дигитализация чрез DMS, приходи от туризъм*).

Първо, опазване на изключителната универсална стойност и автентичност на културното наследство (включително Стария Несебър) и на чувствителните природни ресурси на дестинацията. Задачата се решава чрез активно управление на туристопотоците, интерпретация на наследството и възпитаване на „отговорно

поведение“ у посетителите. Крайната цел е балансирано преживяване на посетителите с минимизиран екологичен и социален отпечатък.

Второ, климатична устойчивост и екологичен интегритет. Целта е системно намаляване на емисионната и ресурсната интензивност на туристическото потребление (енергия, вода, отпадъци) и адаптация към климатични рискове (ерозия на плажове, топлинни екстреми, бури) чрез природосъобразни решения и инфраструктурна модернизация.

Трето, четирисезонна дестинация с диверсифициран продукт. Целта е „разсейване“ на пика на главния летен туристически сезон чрез обогатяване на продуктовото портфолиото през месеците V–VI и IX–X (културно-познавателни маршрути, уелнес/рекреация, спорт/събития, бутиков MICE, гастрономия и винено-кулинарни преживявания, религиозно и историко-археологическо съдържание), включително по-малко познати локации в общината.

Четвърто, социална приобщеност и локална добавена стойност от туризма в дестинацията. Целта е постигане на по-висок дял на местни доставчици и къси вериги на доставки, качествени работни места и кадрови програми (вкл. дуално обучение), справедливи условия на труд и участие на общността в ко-дизайна на туристическия продукт и управлението на туризма в дестинацията.

Пето, качество, безопасност, достъпност на дестинацията. Целта е въвеждане и поддържане на високи стандарти на туристическо обслужване, достъпна среда (вкл. за хора с увреждания и възрастни), здравна и киберсигурност (особено при цифрови услуги), превенция на пренатоварване и конфликти на интереси в конфликтни зони на дестинацията.

Шесто, управление на дестинацията, базирано на бази данни (DMS). Целта е създаване и практикуване на интегрирано цифрово управление на налични капацитети в дестинацията, подкрепа на бизнеса за резервации и управление на посетителските потоци в реално време; аналитични табла за вземане на решения; прозрачни публични отчети на общинската администрация; съдействие на бизнеса за динамично ценообразуване и управление на туристическото търсене към дестинацията.

Седмо, устойчива мобилност и свързаност на територията на общината. Целта е намаляване на автомобилния натиск към чувствителните зони (Стария град) чрез периферни хъбове „park&ride“, е-мобилност/шатъли, вело- и пешеходни връзки, интелигентно насочване на посетителските потоци и качествена туристическа сигнализация.

Осмо, бранд и преживяване „качество пред количество“: Целта е ребрандиране от „масова плажно-морска стока“ към **качествена, сигурна и устойчива** морско-културна дестинация; последователно разказване на истории, силно визуално/дигитално съдържание, управление на репутацията, партньорства с инфлуенсъри и туроператори за периодите извън главния летен туристически сезон.

Девето, пазарна диверсификация и намаляване на уязвимостта от доминирането на рискови емитивни туристически пазари. Целта е балансиране между вътрешен и външни пазари; намаляване на зависимостта от 1–2 ключови чужди пазара; развиване на регионални и нишови сегменти с висока добавена стойност.

Десето, добро управление и прозрачност. Целта е силно лидерство на Общината като „стюард“ на дестинацията, участие на всички заинтересовани страни, ясни правила и контрол, публично споделяне на ключовите показатели и напредъка по целите за устойчиво развитие на дестинацията..

Единадесето, инвестиционна приоритизация и кръгова икономика. Целта е насочване на публичните и ПЧП ресурси към екологично критични места и проблеми: изграждане и модернизация на ПСОВ, канализация, отвеждане на дъждовни води, транспортна и пешеходна достъпност, дигитални системи за посетители и бизнес, въвеждане на стимули за екосертификация и кръгови модели в хотелиерството, ресторантьорството, туроператорската, транспортната и развлекателна дейност.

Дванадесето, образование на посетителя и местната общност. Целта е въвеждане на устойчиви модели на комуникация „преди - по време - след“ пътуването, етични кодекси на поведение, доброволчески и образователни инициативи, подкрепящи опазването и „грижата за мястото“ на територията на дестинация Несебър.

1.4. Стратегически подходи за постигане на целите

За реализирането на формулираната визия и постигането на поставените във връзка с нея стратегически цели за устойчиво развитие на туризма в общината са подходящи ***следните стратегически подходи***

Първо, „Stewardship“ (отговорна грижа) и управление на носещ капацитет

Подходът се основава на принципа „управление на потоците преди промоция“: дефиниране на прагове за натоварване, въвеждане на слотове/предварителни резервации за чувствителни обекти, интелигентно разпределение във времето и пространството чрез DMS.

Второ, диверсификация по сезони и сегменти

Стратегията акцентира върху създаването на продуктови линии за периоди извън главния туристически сезон, които да „дръпнат“ търсенето извън месеците VII–VIII; тестове (A/B) на оферти и пакетиране с транспорт/паркинг.

Трето, диференциация по стойност („качество пред количество“) и повишаване на категория

Стратегията се изразява в подкрепа за: обновяване на места за настаняване към по-високи категории; използване на зелени стандарти; селективно ограничаване на ново строителство; приоритизиране на надграждане (интензивност) пред разширяване на материалната база (екстензивност).

Четвърто, дигитална трансформация и бази данни

Стратегията залага на интегрирането на DMS като „гръбнак“: онбординг на МСП; оперативни табла; прогностични модели за леглови и транспортни капацитети и туристическо търсене; API (Application Programming Interface) към общински системи и маркетингови платформи.

Пето, съвместно създаване и партньорства

Стратегическият подход налага регулярен диалог с бизнеса и местната общност (форум на заинтересованите страни), ПЧП механизми за инфраструктура/събития; съвместни кампании с хотелиери, превозвачи, ОТА и туроператори.

Шесто, интегриран маркетинг „Shoulder First“

Стратегията изисква целенасочени кампании за месеците V–VI и IX–X; репозициониране на бранда на основата на автентични истории, културни/морски преживявания и устойчиви практики; управление на онлайн репутацията на дестинацията.

Седмо, управление на риска и резилиентност

Стратегическият подход акцентира върху разработването на сценарии и планиране за здравни, климатични, геополитически и киберрискове. Необходими са протоколи за бърза реакция и координирана комуникация при настъпване на форсмажорни събития и обстоятелства в дестинацията.

2. Приоритети за развитие

Поставените стратегически цели се конкретизират в шест приоритета за развитие на община Несебър като туристическа дестинация, както следва:

Приоритет 1: Управление и опазване на ресурсите („Stewardship“)

Приоритетът се обвързва със *специфични цели* като: разработване на оперативни планове и проекти за опазване на културното и подводното наследство, и чувствителните екосистеми; налагане на лимити и правила за посещаемост на еко-чувствителни обекти; интерпретация и образователни програми за посетители и местна общност; мониторинг с публични.

Приоритет 2: Инфраструктура за устойчивост и климатична адаптация

Приоритетът кореспондира със специфични цели като: реконструкция и модернизация на ПСОВ, канализация и управление на дъждовните води; енергийна ефективност и ВЕИ в публични обекти; природосъобразни решения за бреговата ивица; модерни **системи от знаци и визуални указатели** (табели, дисплеи, надписи, визуални елементи, които предават качествена информация на посетителите в дестинацията) и туристическа навигация.

Приоритет 3: Туристическа суперструктура и качество на услугите

Приоритетът се конкретизира в специфични цели за: подпомагане на обновяването на туристическите обекти и повишаване на категорията им; въвеждане на зелени сертификации и на стандарти за достъпност и безопасност; реализиране на кадрови програми и дуално обучение; въвеждане на етични и кодекси и кодекси за качествено туристически обслужване..

Приоритет 4: Диверсифициран четирисезонен продукт

Приоритетът има за специфични цели развитие на специализирани продукти: културно-познавателен/историко-археологически, уелнес/СПА, спорт/събития, винено-кулинарен, религиозен, сватбен, бутиков MICE. Свързан е с интегрирането на по-малко познати места в общината и с реализирането на съдържателен календар на събитията за периодите извън главния летен туристически сезон.

Приоритет 5: Бранд и интегриран маркетинг на дестинацията

Приоритетът преследва репозициониране на община Несебър към „качествена, сигурна и устойчива“ морско-културна дестинация. Има за специфични цели: провеждането на сегментирани кампании на вътрешния и чуждестранните емитивни пазари с фокус периодите извън главния туристически сезон; създаване на партньорства с превозвачи/OTA; управление на репутацията на дестинацията; осъществяване на съдържателен маркетинг и реализиране на инфлуенсър програми.

Приоритет 6: Лидерство, дигитализация и административен капацитет

Приоритетът се конкретизира в специфични цели като: развитие и използване на DMS като централен инструмент за взаимодействие с МСП в дестинацията; прилагане на принципа „едно гише“ и дигитализация на разрешителни и контрол на дейност; осъществяване на систематичен мониторинг на KPI (заетост на леглови контингенти, сезонност на посещенията, концентрация по пазари, DMS-обхват); прозрачен отчет към гражданите и туристическия бизнес; прилагане на матрица на отговорностите (RACI) и периодични отчети за „поставени цели-постигнати резултати“ (OKR) по дирекции на общинската администрация.

Връзка на предложените приоритети с количествените цели и KPI

Формулираните 6 приоритета за развитие на община Несебър като устойчива туристическа дестинация с хоризонт 2030г. кореспондират пряко с поставените стратегически количествени и качествени цели както следва:

Сезонност: Приоритети 1, 4 и 5 атакуват сезонния летен пик на туристическите посещения чрез развитие на туристически продукт и осъществяване на маркетинг на принципа „Shoulder First“, чрез управление на туристическите потоците и реализиране на съдържателен календар на събитията

Качество и заетост на легловия контингент: Приоритет 3 води до по-висока годишна заетост на легловата база чрез обновяване и повишаване на категорията на туристическите обекти и развитие на кадрите в дестинацията. Приоритет 2 води до намаляване на разхода на ресурси и подпомага удължаването на летния туристическия сезон.

Пазарна уязвимост: Приоритет 5 цели пазарна **диверсификация** и намаляване на концентрацията на първите водещи по пазарен дял пазари, балансирайки между вътрешен и външни емитивни пазари.

Дигитализация: Приоритет 6 осигурява разширяване на обхвата на **DMS** за обслужване на туристическите предприятия и управление в реално време на взаимоотношенията с туристическия бизнес. Води до осигуряване на информация за туристическото търсене и подкрепа на динамичното ценообразуване от страна на хотелиерите в дестинацията.

Опазване и резилиентност: Приоритети 1 и 2 са пряко насочени към опазване, адаптация и кръгова икономика, което поддържа бранда и удовлетвореността на гостите и жителите на територията на дестинация Несебър.

ЧАСТ ТРЕТА. РЕАЛИЗИРАНЕ НА ПРОГРАМАТА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА НЕСЕБЪР ЗА ПЕРИОДА 2026-2035 ГОДИНА

1. План за действие за реализиране на програмата

Планът за действие по изпълнение на Програмата за развитие на туризма в община Несебър за периода 2026-2035г. има за основна задача да превърне стратегическите цели и приоритети в конкретни специфични цели, мерки и проекти. По този начин той действа като инструмент за практическо реализиране на визията за развитие на туризма в общината.

На тази основа планът осигурява **вътрешна и външна съгласуваност** между факторите на развитие и наличните ресурси, оптимизира възможностите за финансиране чрез разнообразни източници – европейски програми, държавен и общински бюджет, публично-частни партньорства – и гарантира институционална подкрепа и техническа помощ за реализацията на заложените инициативи.

Планът обвързва **приоритетите, специфичните цели и мерките (проектите)** с конкретни финансови ресурси и техните източници, с административните структури и заинтересованите страни, които имат отговорност за изпълнението и контрола. В него са определени също времевите периоди за реализация и индикаторите за проследяване на напредъка, както и действията за осигуряване на публичност, информираност и комуникация със заинтересованите групи при изпълнение на дейностите.

Програмата за развитие на туризма в община Несебър за периода 2026-2035г. е разпределена в **6 приоритетни направления**, включващи общо **38 специфични цели** и **281 проекта**. Тези елементи са представени подробно в приложение 1 – „План за реализация на целите и приоритетите – идентифициране на проекти“, където са конкретизирани дейностите, очакваните резултати и индикаторите за тяхното постигане.

2. Механизъм за наблюдение и оценка при реализацията на програмата

Процесът на планиране, изпълнение, наблюдение и оценка на Програмата за устойчиво развитие на туризма в община Несебър за периода 2026-2035г. представлява непрекъснат и цикличен процес, който обхваща целия програмен период. Този процес се

характеризира с постоянна обратна връзка между етапите на планиране, реализация, наблюдение и актуализация, като по този начин се гарантира устойчивост, ефективност и навременно адаптиране на предприетите действия.

Системата може да бъде представена като последователност от взаимосвързани етапи:

- формулиране на стратегическите цели и приоритети;
- конкретизация чрез мерки и проекти;
- наблюдение на изпълнението и периодичен отчет;
- оценка на постигнатите резултати и въздействия;
- актуализация на програмата при необходимост.

По този начин се осигурява постоянен управленски цикъл, който позволява своевременно отчитане на резултатите и пренасочване на ресурсите там, където ефектът е най-голям.

За да бъде този механизъм ефективен, в процеса на наблюдение, оценка и актуализация следва да се използва доказана методология за социално-икономическо планиране, прилагана в Общинските планове за развитие. Тази методология включва ясно определени индикатори, регулярност на събирането и анализа на данни, както и изискване за участие на всички заинтересовани страни чрез принципа на партньорство.

По този начин механизмът за наблюдение и оценка гарантира:

- **обективност** – чрез използването на количествени и качествени показатели;
- **прозрачност** – чрез публичност на резултатите и широк достъп до информация;
- **ефективност** – чрез навременна реакция и корекции при отклонения;
- **устойчивост** – чрез интегриране на социални, икономически и екологични аспекти в процеса на управление.

2.1. Наблюдение на изпълнението на програмата

Наблюдението на изпълнението е ключов етап от управлението на Програмата за устойчиво развитие на туризма, тъй като осигурява навременна информация за реалните

резултати, ефективността на предприетите мерки и необходимостта от корекции. Предмет на наблюдение са както специфичните цели, така и проектите, заложени в приоритетните направления. Процесът включва проследяване на напредъка чрез **натурални и стойностни показатели**, както и чрез анализ на организацията и методите на изпълнение, прилагани от община Несебър. Особен акцент се поставя върху мерките за гарантиране на публичност и достъпност на информацията относно постигнатите резултати.

Принцип на партньорство и включени страни

За да се осигури прозрачност, плурализъм и висока степен на обществено участие, в целия процес на наблюдение участват широк кръг заинтересовани страни:

- **ръководството на общината** – кметът и заместник-кметовете, които имат основна роля в координацията и контрола;
- **местни органи** – кметовете на населените места в рамките на общината (гр. Обзор, гр. Св. Влас, с. Равда, с. Оризаре, с. Гюльовца, с. Кошарица, с. Тънково, с. Баня), както и кметските наместници в по-малките села (Паницово, Раковсково, Приселци);
- **общинската администрация и Общинският съвет – Несебър**, които участват в процесите на планиране, отчетност и контрол;
- **държавни институции с контролни и регулаторни функции** – Регионалната инспекция по околната среда и водите (РИОСВ – Бургас), Регионалната здравна инспекция (РЗИ – Бургас) и Комисията за защита на потребителите – Бургас;
- **браншови и неправителствени организации в сферата на туризма, сред които**:
  - Сдружение „Съюз на собствениците“ – к.к. „Слънчев бряг“;
  - Сдружение „Клуб на хотелиера“ – Несебър;
  - Сдружение „Бизнес асоциация Слънчев бряг“;

Този широк кръг от институции и организации гарантира, че наблюдението ще се извършва не само административно, но и чрез активно партньорство с бизнеса, гражданския сектор и държавните контролни органи. По този начин се постига по-

голяма обективност и по-добро съгласуване на действията, което е ключово за успешното реализиране на Програмата и за устойчивото развитие на община Несебър като туристическа дестинация.

Система за наблюдение и оценка

Системата за мониторинг и оценка е изградена така, че да гарантира както ефикасността, така и ефективността на стратегическото планиране и управление на туризма. Тя осигурява инструментариум за проследяване на използваните ресурси, степента на изпълнение на проектите и въздействието им върху развитието на община Несебър като устойчива туристическа дестинация. При изработването ѝ се вземат предвид националната и европейската нормативна база, както и актуалните стратегически документи в сферата на регионалното и секторното развитие.

Системата включва четири взаимосвързани подсистеми:

1. **Индикатори за наблюдение и оценка** – количествени и качествени показатели за резултат и въздействие.
2. **Информационно-аналитичен блок** – източници на данни, начини и периодичност на събиране, обработка и анализ.
3. **Организационна подсистема** – органи и структури, натоварени с мониторинга, и регламентация на техните функции.
4. **Подсистема за отчетност и публичност** – форми на докладване, комуникация и информиране на заинтересованите страни.

а) Показатели за наблюдение и оценка на изпълнението на Програмата

Подсистемата от показатели е ключов инструмент за проследяване на напредъка по реализацията на Програмата за устойчиво развитие на туризма в община Несебър. Чрез нея се измерва до каква степен заложените приоритети, стратегически и специфични цели, както и отделните проектни инициативи, постигат своите очаквани резултати. Индикаторите осигуряват възможност за обективна оценка както на непосредствените резултати, така и на дългосрочното въздействие върху туристическата дестинация, местната икономика и социалната среда.

От гледна точка на възприетата методология за социално-икономическо планиране, използването на два вида показатели е задължително:

- **Показатели за резултат** – те отразяват изпълнението на конкретните мерки и проекти, заложени в програмата. Примери са броят на новоизградени или модернизирани туристически обекти, реализирани инфраструктурни подобрения, въведени нови продукти или услуги, проведени събития. За да бъдат надеждни, тези показатели трябва да са количествено измерими и подлежащи на независима проверка.
- **Показатели за въздействие** – чрез тях се измерва степента на постигане на специфичните и стратегическите цели. Те са свързани с цялостната ефективност на програмата и могат да включват както количествени измерители (например намаляване на сезонната концентрация на туристи, повишаване на средния престой, ръст на приходите), така и качествени оценки (подобряване на имиджа на дестинацията, по-голяма социална приобщеност, по-високо ниво на удовлетвореност на туристите).

Показателите се групират в:

- **Общи индикатори** – измерват глобалния ефект от реализацията на Програмата (разходи за инфраструктура, брой посетители, брой нощувки, приходи от туризъм, средна заетост на легловата база). Тяхната функция е да дадат цялостна картина на въздействието на програмата върху развитието на общината и да позволят сравнение с конкурентни дестинации.
- **Специфични индикатори** – насочени са към проследяване на изпълнението на отделните приоритети и цели. Те включват индикатори за резултат (ресурси и продукти на програмата) и индикатори за въздействие (икономически, социални и екологични ефекти).

В актуализираната рамка с хоризонт до 2030–2035 г. показателите трябва да бъдат съобразени и с новите **количествени цели**: увеличение на нощувките от 7,2 млн. (2024) до над 11,3 млн. (2035), намаляване на пиковата концентрация в месеците юли–август до максимум 50% от общите нощувки, повишаване на годишната заетост на легловата база от 58% на 69% в рамките на експлоатационния период на местата за настаняване, както и интеграция на 95% от местата за настаняване в общинската DMS система.

Наред с количествените индикатори особено важни са и **качествените показатели**, произтичащи от стратегическите цели: опазване на културното наследство и природните ресурси, адаптация към климатичните промени, развитие на четирисезонен туристически продукт, социална приобщеност и устойчиво управление на дестинацията. Такива показатели могат да бъдат степента на дигитализация и интеграция на услуги, въвеждане на стандарти за качество и достъпност, участие на местната общност в управлението, прилагане на кръгови модели на бизнес в хотелиерството и ресторантьорството.

Съществуват и т.нар. „меки мерки“ – например инициативи за културно осмисляне на наследството или кампании за повишаване на туристическата култура. За тях не винаги могат да бъдат дефинирани количествени показатели, затова приносът им ще се оценява чрез качествени анализи и експертни оценки, включени в годишните и междинни доклади за наблюдение.

За да бъде оценката по-реалистична, е уместно общите показатели да се поставят в **сравнителен контекст** – например чрез паралел с други крайморски общини като Варна или Бургас. Това ще позволи да се оцени конкурентоспособността на Несебър като туристическа дестинация не само в национален, но и в регионален мащаб.

Таблица 22. Общи количествени показатели за наблюдение и оценка на реализирането на Програмата

Общи показатели	**Община Несебър (базова 2024)**	**Цел 2030**	**Цел 2035**	**Сравнение: Община Варна (2024)**
Разходи за реализиране на Програмата (лв.)	≈ 50 млн. лв.	≈ 80 млн. лв.	≈ 100 млн. лв.	≈ 60 млн. лв.
Общи инвестиции в туристическа инфраструктура (лв. на км)	≈ 120 000 лв./км	≈ 150 000 лв./км	≈ 180 000 лв./км	≈ 140 000 лв./км
Брой чуждестранни и български посетители	≈ 1,8 млн.	≈ 2,2 млн.	≈ 2,6 млн.	≈ 2,1 млн.
Брой нощувки (чуждестранни и български)	7,2 млн.	9,0 млн.	11,3 млн.	8,1 млн.
Брой нововъведени легла в експлоатация	≈ 3 500	≈ 5 000	≈ 6 000	≈ 4 000
Среден приход от една нощувка (лв.)	85 лв.	110 лв.	130 лв.	95 лв.

Среден приход от един турист (лв.)	420 лв.	550 лв.	680 лв.	460 лв.
Среден престой на един турист (дни)	4,0 дни	4,5 дни	5,0 дни	4,2 дни
Средна заетост на легловата база (%)	58%	64%	69%	61%
Дял на нощувките извън юли–август (%)	34%	45%	50%	47%
Интегрирани места за настаняване в DMS (%)	0%	70%	95%	90%

Източник: Таблицата е съставена от авторите

1. **Разходи и инвестиции** – стойностите са индикативни и включват както средства от общинския бюджет, така и европейски и национални програми, плюс публично-частни партньорства. Увеличението до 2030 и 2035 г. отразява приоритетите за модернизация на туристическата инфраструктура и зеления преход.

2. **Посетители и нощувки** – целите до 2030 и 2035 г. са съобразени с тенденцията за устойчив ръст на международния и вътрешния туризъм и предвиждат диверсифициране на пазарите, за да се намали зависимостта от ограничен брой емитивни държави.

3. **Нови легла** – индикаторът измерва обновяването и разширяването на базата за настаняване, като акцентът е върху екосертифицирани и енергийно ефективни обекти, съответстващи на целите за кръгова икономика.

4. **Средни приходи** – прогнозираният ръст на приходите от нощувки и от туристи отразява преминаването от „масов продукт“ към модел „качество пред количество“, при който се търси по-висока добавена стойност от всяко посещение.

5. **Среден престой и заетост** – увеличаването на продължителността на престоя и повишаването на заетостта са свързани с разширяване на четирисезонното продуктово портфолио (културен, събитиен, спортен, винен, религиозен туризъм).

6. **Сезонна концентрация** – целта е до 2035 г. поне 50% от нощувките да се реализират извън пиковите месеци юли–август. Това ще намали натиска върху ресурсите и ще удължи туристическия сезон.

7. **DMS интеграция** – до 2035 г. 95% от местата за настаняване трябва да бъдат включени в дестинационна система за управление (DMS). Тази цифровизация ще

позволи по-точно управление на потоците, динамично ценообразуване и прозрачност в данните.

б) Източници, методи и периодичност

Основните източници на данни са Националният статистически институт, Териториалното статистическо бюро – Бургас, националните и общински регистри на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, ЕСТИ, както и въведените общински системи за управление на туристическия поток (вкл. DMS). Събирането и анализът на информацията ще се извършват ежегодно, като резултатите ще служат за текущо наблюдение, за изготвяне на междинни и окончателни оценки и за актуализация на програмата при необходимост.

в) Органи за наблюдение на изпълнението на Програмата – организация и методи на работа

За да бъде процесът на наблюдение ефективен и прозрачен, е необходимо той да се осъществява от специализиран орган, който съчетава експертност, представителност и отговорност пред обществото. В тази връзка основният орган за мониторинг на изпълнението на Програмата следва да бъде **Консултативният съвет по туризъм към кмета на община Несебър**.

Този съвет е подходящият инструмент, тъй като обединява в себе си представители на местната власт, държавни институции, бизнеса, неправителствения сектор и професионалните организации. Неговата дейност ще се ръководи от принципите на партньорство, откритост и отчетност пред гражданите и заинтересованите страни.

Функциите на Консултативния съвет като орган за наблюдение включват:

- **Информационно осигуряване и прилагане на система от показатели**

Съветът ще следи изпълнението на стратегическите приоритети, специфичните цели и мерките чрез набор от индикатори за резултат и въздействие. Това включва количествени показатели (брой нощувки, средна заетост, приходи, нови продуктови пакети) и качествени измерители (степен на дигитализация, устойчивост, социална

приобщеност). Прилагането на тези индикатори ще гарантира обективна и съпоставима оценка на напредъка спрямо хоризонтите 2030 и 2035 г.

- **Координация между институциите и заинтересованите страни**

Консултативният съвет ще бъде медиатор между местните органи на изпълнителната власт, държавни структури и частния сектор. Неговата роля е да осигури съгласуваност на действията, да намалява риска от дублиране на усилия и да създава условия за реално партньорство. Включването на туристически сдружения, хотелиерски и ресторантьорски организации ще подпомага връзката между стратегическите цели и практическите нужди на бизнеса.

- **Спазване на нормативните изисквания и интегриране на политики**

Съветът ще следи всички действия по наблюдението да бъдат в съответствие със законовите рамки – национални и европейски, включително в сферата на обществените поръчки, опазването на околната среда, равните възможности и социалното включване. Важно е мониторингът да гарантира, че изпълнението на програмата съответства и на други стратегически документи – Общински план за развитие, национални секторни стратегии, както и на целите за устойчиво развитие на ООН.

- **Анализ и реакция при констатирани проблеми**

В случай че се установят затруднения или пропуски в изпълнението, Консултативният съвет ще обсъжда възможни корективни мерки и ще предлага конкретни решения за подобряване на ефективността на програмата. Така ще се осигури навременна реакция и гъвкавост в управлението, вместо отлагане на проблемите до края на програмния период.

- **Осигуряване на публичност и прозрачност**

Съветът ще организира и контролира действията за информираност – публикуване на доклади, провеждане на обществени обсъждания, предоставяне на данни на дигитални платформи и в DMS системата. По този начин жителите и туристическият бизнес ще имат постоянен достъп до информация за постигнатия напредък, което укрепва доверието и ангажираността на общността.

- **Стратегическа роля за адаптация на програмата**

Освен текущото наблюдение, Консултативният съвет ще има ключова функция и при актуализация на Програмата. На база резултатите от междинните и последващите оценки той ще внася предложения за адаптиране на целите и мерките към новите икономически, социални и екологични реалности. Тази роля е особено важна с оглед на предизвикателствата, свързани с климатичните промени, дигиталната трансформация и динамиката на туристическите пазари.

г) Докладване и публичност

Резултатите от мониторинга ще бъдат представяни под формата на годишни, междинни и заключителни доклади. Те ще бъдат обсъждани от Консултативния съвет и внасяни за одобрение от кмета на общината.

Водеща роля в разпространението на информацията и популяризирането на постигнатите резултати ще има Дирекция „Европейски, национални политики и програми и екология”, включваща следните отделите: "Европейски и национални политики и програми"; „Екология”; „Категоризация на туристически обекти"; и „Несебър – Световно наследство, туристическа реклама и култура".

Всички документи ще бъдат публично достъпни, с цел да се гарантира прозрачност и доверие в управлението на дестинацията. Финансовото и техническото обезпечаване на тази дейност ще се осъществява чрез общинския бюджет.

Екип за наблюдение на изпълнението на Програмата

Наблюдението на изпълнението на Програмата е отговорност на общинската администрация, но за да бъде процесът по-структуриран и ефективен, кметът на община Несебър издава специална заповед за създаване на **Оперативна група за мониторинг и оценка на Програмата (ОГМОП)**.

ОГМОП функционира като експертно-технически орган, който подпомага Консултативния съвет по туризъм и общинската администрация. В състава на групата могат да бъдат включени специалисти от различни звена на общината, както и външни експерти по туризъм, управление на туристически дестинации, устойчиво развитие и дигитални системи за управление на данни. Това разширява експертизата и гарантира,

че мониторингът няма да се ограничи единствено до статистическо отчитане, а ще включва и стратегически анализи и предложения.

Основните функции на ОГМОП включват:

1. **Анализ и актуализация на показателите** – редовно проследяване на релевантността на използваните индикатори, тяхното адаптиране спрямо новите стратегически и количествени цели (например за нощувки, заетост, сезонност, интеграция в DMS) и въвеждане на допълнителни показатели при възникване на нови приоритети.

2. **Периодичен преглед на напредъка** – извършване на системни оценки за степента на изпълнение на целите и приоритетите, заложени в Програмата, и изготвяне на експертни доклади за състоянието на процеса.

3. **Оценка на реализираните мерки и проекти** – преглед на изпълнението на конкретните проектни инициативи, включително тяхната ефективност и въздействие върху социално-икономическото развитие на общината.

4. **Обработка на резултатите от междинните оценки** – разглеждане на заключенията и препоръките от междинната оценка на Програмата, формулиране на конкретни предложения за подобряване на нейното изпълнение и представянето им пред Консултативния съвет.

5. **Управление на ресурсите и преразпределение** – подготовка на аргументирани предложения за преразпределяне на финансовите средства между мерките и проектите, когато се установи необходимост или възникнат нови обстоятелства.

6. **Иницииране на актуализации** – внасяне на предложения за промени и усъвършенстване на Програмата, за да бъде тя по-адекватна на динамичните условия – икономически, социални, екологични или технологични.

7. **Подпомагане на публичността и прозрачността** – съдействие при подготовката на материали за докладване и комуникация с обществеността, както и

въвеждане на резултатите от наблюдението в цифрови системи (например DMS табла и онлайн платформи).

По този начин ОГМОП действа като „оперативна връзка“ между администрацията, Консултативния съвет и широката общественост, осигурявайки навременен контрол, експертна подкрепа и непрекъснато усъвършенстване на процеса по изпълнение на Програмата.

График за наблюдение и реализация на плана

Оперативната група за мониторинг и оценка на Програмата (ОГМОП) организира своята дейност по предварително установен график, който гарантира системност и навременност на наблюдението. Графикът включва три основни нива на мониторинг – ежегоден, при необходимост и финален – като всяко от тях има различни акценти и обхват.

а) Ежегодни наблюдения

Всяка календарна година ОГМОП извършва систематичен преглед на напредъка по изпълнението на програмата. Процесът обхваща:

- събиране и анализ на статистически данни (брой посетители, нощувки, заетост, приходи, инвестиции);
- оценка на степента на изпълнение на текущите проекти и мерки;
- качествена оценка на въздействието върху местната общност, природната и културната среда;
- отчитане на напредъка по стратегическите количествени и качествени цели до 2030 г. и 2035 г.

Резултатите се систематизират в **годишен доклад**, който съдържа анализи, сравнителни данни спрямо предходни години и препоръки за подобряване на изпълнението. Докладът служи като основа за информирано вземане на решения и за подготовка на междинната оценка.

б) Наблюдения при необходимост

При възникване на непредвидени обстоятелства или значими промени във външната и вътрешната среда (например икономически кризи, климатични бедствия, нови регулации на национално или европейско ниво, резки промени в туристическия поток), Консултативният съвет по туризъм може да възложи на ОГМОП извънредно наблюдение. В такива случаи групата изготвя **специализиран доклад**, в който анализира настъпилата ситуация, нейните ефекти върху изпълнението на програмата и предлага корективни мерки или актуализации.

Този тип наблюдение позволява програмата да остане гъвкава и адаптивна към динамичната среда, като се гарантира навременна реакция при нови предизвикателства.

в) Наблюдение в края на програмния период

След приключване на програмния период ОГМОП подготвя **заключителен доклад**, който съдържа:

- цялостна оценка на изпълнението на програмата;
- степен на постигане на стратегическите, специфичните и количествените цели (вкл. показатели за сезонност, заетост, интеграция на DMS и социално-икономически ефекти);
- анализ на ефективността и ефикасността на използваните ресурси;
- преглед на положителните практики и установените слабости;
- препоръки за бъдещи програми и политики в сферата на устойчивия туризъм.

Заключителният доклад се разглежда от Консултативния съвет и се предоставя на широката общественост, като по този начин се гарантира прозрачност и отчетност пред жителите на общината и бизнеса.

г) Роля на годишните доклади

Ежегодните доклади на ОГМОП имат двойна функция:

- осигуряват база за изготвяне на междинната оценка (която се прави след първите 2 години от програмния период);
- подготвят почвата за последващата оценка (извършвана след приключване на периода на действие).

Така годишното наблюдение се превръща в ключов елемент от цикъла на стратегическото управление, като осигурява връзка между текущото изпълнение и дългосрочните цели на община Несебър като устойчива и конкурентоспособна туристическа дестинация.

Съдържание на годишния доклад за наблюдение

Годишният доклад за наблюдението на изпълнението на Програмата представлява основен инструмент за отчетност и прозрачност. Той трябва да дава ясна и систематизирана информация както за постигнатите резултати, така и за предизвикателствата и препоръките за усъвършенстване на процеса.

В съдържателно отношение докладът включва няколко ключови раздела:

а) Анализ на външната и вътрешната среда

- преглед на промените в макроикономическите условия, социалната среда, туристическите пазари и нормативната база, които влияят върху изпълнението на Програмата;
- оценка на вътрешните фактори – капацитет на администрацията, готовност на бизнеса, наличие на ресурси и партньорства;
- отражение на глобални процеси (например климатични рискове, дигитални трансформации, пазарна динамика) върху развитието на туризма в община Несебър.

б) Постигнати резултати и въздействия

- измерване на напредъка по приоритетите и целите на Програмата чрез приетите показатели за резултат и въздействие (брой посетители, нощувки, средна заетост, приход от турист, интеграция на DMS, социална и екологична устойчивост);
- анализ на изпълнението на специфичните цели – например намаляване на сезонната концентрация, увеличаване на продължителността на престоя, развитие на нови туристически продукти, опазване на културното наследство;
- преглед на съответствието между количествените цели (KPI до 2030 и 2035 г.) и качествените стратегически цели, свързани с климатична устойчивост, социална приобщеност и качество на туристическото изживяване.

в) Дейности на компетентните органи и субекти

Докладът описва действията, предприети от органите на местното самоуправление и другите заинтересовани страни за осигуряване на ефективност и ефикасност:

- прилагане на мерките за наблюдение и функционирането на механизмите за събиране, обработка и анализ на данни;
- идентифициране и анализ на проблеми, възникнали през съответната година, както и предприетите мерки за тяхното преодоляване;
- осигуряване на публичност и достъп до информация относно резултатите от реализацията на Програмата;
- координация с останалите политики, планове и програми на територията на общината, за да се постигне интегрирано устойчиво развитие;
- прилагане на принципа на партньорство чрез участие на институции, бизнес и граждански организации в процеса на изпълнение и контрол;
- представяне на резултатите от извършени вътрешни или външни оценки към края на годината.

г) Заключения и препоръки

В заключителната част докладът формулира обобщени изводи за състоянието на изпълнението на Програмата, степента на постигане на поставените цели и въздействието върху социално-икономическото и културно развитие на общината. На тази база се предлагат конкретни препоръки за подобряване на процеса, за актуализация на целите и мерките при необходимост и за по-добро използване на наличните ресурси.

2.2. Оценка на изпълнението на програмата

Оценяването на изпълнението на Програмата е съществен елемент от нейния жизнен цикъл и гарантира, че предприетите действия водят до постигане на заложените стратегически и специфични цели. Процесът на оценка обхваща три основни етапа – **предварителна, междинна и последваща оценка**, като всяка от тях има различна функция и роля в управлението на програмата.

Предварителна оценка

Още преди започването на изпълнението се извършва предварителна оценка от независим външен рецензент-оценител. Тя има прогнозен характер и цели да изследва потенциалното въздействие на Програмата върху социално-икономическото развитие, туристическата конкурентоспособност и устойчивото използване на ресурсите. Тази оценка идентифицира възможни рискове, слаби страни и пропуски в планирането, както и предлага корективни мерки, които да повишат ефективността още в началната фаза.

Междинна оценка

Междинната оценка се извършва по Системата за наблюдение и оценка, представена в т. 2.1. Тя използва разработена методология с ясно дефинирани показатели, периодичност на събиране на данни и утвърдени механизми за анализ. Провеждането ѝ е препоръчително не по-късно от две години след старта на програмния период.

Обхватът на междинната оценка включва:

- анализ на първоначалните резултати от реализацията на програмните мерки и проекти;
- измерване на напредъка спрямо специфичните и стратегическите цели, включително новите количествени KPI (напр. за нощувки, сезонност, заетост, DMS интеграция);
- оценка на ефективността (доколко средствата са използвани целесъобразно) и ефикасността (доколко са постигнати планираните ефекти) на използваните ресурси;
- изводи и препоръки за актуализация и усъвършенстване на програмата.

Междинната оценка има особено значение, тъй като дава своевременна обратна връзка на администрацията и Консултативния съвет, осигурява прозрачност и подпомага пренасочването на ресурси към дейности с най-висок ефект.

Последваща оценка

След изтичането на програмния период се извършва последваща оценка, която трябва да бъде завършена в срок до една година. Тя има за цел да предостави цялостен анализ на постигнатите резултати и устойчивостта на въздействията.

Обхватът на последващата оценка включва:

- степен на постигане на стратегическите и специфичните цели;
- устойчивост на постигнатите резултати във времето;
- общо въздействие върху развитието на община Несебър като туристическа дестинация;
- ефективност и ефикасност на използваните ресурси;
- препоръки за бъдещи политики и мерки в сферата на устойчивия туризъм.

Допълнителни тематични оценки

Наред с основните етапи, през целия период на действие могат да се извършват и тематични оценки – например за изпълнение на конкретни приоритети (климатична устойчивост, дигитализация, културен туризъм) или за специфични случаи по преценка на органите на местното самоуправление. Тези оценки позволяват по-задълбочено изследване на определени сфери и предоставят експертна основа за навременни корекции.

Организация и публичност

Резултатите от междинните и последващите оценки се представят пред Консултативния съвет по туризъм и се внасят от кмета на община Несебър за обсъждане и одобрение. Консултативният съвет има отговорността да осигури публичност и разпространение на резултатите, като гарантира прозрачност и информираност на гражданите, бизнеса и всички заинтересовани страни.

2.3. Актуализация на програмата

Актуализацията на Програмата е необходим и системен процес, чрез който се гарантира, че заложените цели, приоритети и мерки остават релевантни на динамично променящата се среда. Тя има за задача не само да отчете настъпилите промени във външните и вътрешните фактори, но и да осигури адекватна управленска рамка за изпълнение на програмата до края на съответния период.

Основни принципи на актуализацията

При прегледа на програмата се извършва:

- анализ на икономическите, социалните и демографските процеси в община Несебър, които оказват влияние върху туристическия сектор;
- оценка на въздействието на глобални тенденции като климатични промени, дигитализация на туристическите услуги, променящи се пазарни нагласи и мобилност на туристите;
- отчитане на вътрешни фактори – капацитет на местната инфраструктура, ресурсна обезпеченост, организационен и административен потенциал;
- преглед на степента на постигане на междинните количествени и качествени цели, определени в програмата.

Обстоятелства, при които се извършва актуализация

Програмата се актуализира при наличие на:

- съществени промени в социално-икономическите условия на територията на общината (напр. нови инвестиции, икономически и екологични кризи, миграционни процеси);
- изменения в националното законодателство или в регулациите на Европейския съюз, които засягат туристическия сектор;
- нови секторни или регионални стратегии и програми, чиито цели и приоритети се разминават или изискват синхронизация с Програмата за развитие на туризма;
- резултати и препоръки, получени при междинната или последваща оценка, които показват необходимост от промени в приоритети, мерки или индикатори.

Процедура за актуализация

Актуализирането на Програмата се извършва чрез разработване на нов **документ за изпълнение за остатъка от периода**, който съдържа:

- преглед на досегашния напредък и идентифициране на силни и слаби страни;
- прецизиране на приоритетните направления и специфичните цели;
- актуализирани количествени и качествени показатели, съобразени с настъпилите промени;
- нов или променен набор от проекти и мерки, включително иновационни инициативи за устойчив туризъм и дигитална трансформация;
- финансов план и актуализирани източници на финансиране.

Изработването и приемането на актуализирана програма се осъществява при същите условия и по същия ред, както първоначалния документ – чрез публично обсъждане, съгласуване с Консултативния съвет по туризъм, приемане от Общинския съвет и осигуряване на публичност за всички заинтересовани страни.

Роля на актуализацията

Процесът на актуализация гарантира, че Програмата остава жив документ – адаптивен към новите реалности и в същото време устойчив във визията си за развитие. Той позволява своевременно пренасочване на ресурси, въвеждане на нови приоритети и избягване на рисковете от остарели или неадекватни мерки. По този начин община Несебър запазва конкурентоспособността си като туристическа дестинация, укрепва устойчивото развитие на своята икономика и повишава благосъстоянието на местното население.