**АНОТАЦИЯ**

**ТЕМА 4:**

**„НАСЪРЧАВАНЕ РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА НА МЕСТНО НИВО – НОРМАТИВНА УРЕДБА, ДОБРИ ПРАКТИКИ, ФОРМИ ЗА ПОДКРЕПА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС, МЕСТНИ БРАНДОВЕ*”***

 Туризмът е дейност, която в значителна степен може да активизира развитието на даден регион, страна или община. За да се постигне това обаче, той се нуждае от целенасочен управленски процес на местно, регионално и национално равнище. Трудността в този процес се поражда от наличието на различни структурни елементи, които трудно се поддават на стандартизиране – от една страна са природните и антропогенните ресурси, необходими за стартирането на туристическата дейност, от друга страна е туристическата инфраструктура, от чиято изграденост зависи осъществяването на туристическата дейност и на трето място е туристът, без наличието на който туристическият процес не може да започне.

 В темата са застъпени въпроси, свързани със същността и особеностите на туристическата дестинация, приравнена като териториална единица към общината. Познаването на тези особености ще позволи нейното по-ефективно управление. Разяснени са предимствата и недостатъците при управлението й в публичния и частния сектор и е определена рамката на управлението на туризма въобще, като е акцентирано върху финансирането на общините и особеностите в правно-организационния им характер.

 Един от приоритетите в развитието на туризма в бъдеще е неговата устойчивост. Като концепция тя се основава на взаимодействието между природосъобразността, социалната поносимост и икономическата ефективност. Според нас обаче е необходимо да бъде добавен още един елемент, без чиято подкрепа посочените три компонента не могат да бъдат постигнати. Това е институционалната среда. Именно върху сътрудничество между публичния и частния сектор ще се гради бъдещето устойчиво развитие на туризма. На тази основа са разгледани добри примери в световен мащаб и са определени формите на подкрепа от страна на общината.

 Маркетирането на общината е сложна задача, която в много голяма степен зависи от избора на правилна концепция по брандиране и на комуникационна стратегия, която да повиши популярността на предлаганата туристическа дестинация. Реализирането на последователна и целенасочена брандинг политика е гаранция за дългосрочен успех.