
THE GREEN IDEA IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM

Iva Bichurova

Department of "Economics of Food Industry" at the University of Food Technologies, Plovdiv,
Bulgaria, iva78plovdiv@yahoo.com

Petia Yordanova-Dinova

Department of "Economics of Food Industry" at the University of Food Technologies, Plovdiv,
Bulgaria, petia1222@abv.bg

Abstract: Alternative forms of tourism are increasingly recognized as key to sustainable development. The reasons for this are that, contrary to mass tourism with its negative impact on the visited areas, alternative tourism causes a form of balanced growth, in harmony with the environment and in socio-cultural terms. The development of tourism in a sustainable way is related to the implementation of an innovative strategy by touristic organizations. The advantage of tourist resources is that they can be reused without compromising their quality, provided, however, that no actions are taken to destroy or change them irrevocably. The biggest guidance for strengthening tourism is the ability of managers to formulate a strategy for achieving competitive advantage for their organizations. The goals of sustainable touristic development are economic viability, local prosperity, quality of employment, social equality, visitor satisfaction, local control, social well-being, cultural wealth, physical integrity, biodiversity, efficient use of resources, cleanliness of the environment. In this respect, the cluster model of organization and coordination of tourism activity is a prerequisite for economic and social efficiency, especially for the development of touristic destinations in local settlements and resorts, in combination with various public authorities and especially between private companies and enterprises.

Whatever the environment of the region, care must be taken to preserve it for future generations. Today's world is very dynamic and change is intangible. The purpose of adaptation is not to destroy the principles of sustainability. If they, as well as the adoption of adequate policies, remain unused, then tourism will be to the detriment of the environment.

Keywords: Green economy, Sustainable development, Tourism, Clusters in tourism

ЗЕЛЕНАТА ИДЕЯ В КОНТЕКСТА НА УСТОЙЧИВОТО ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

Ива Бичурова

катедра „Икономика на хранителната индустрия“ в Университет по хранителни технологии,
гр. Пловдив, България, iva78plovdiv@yahoo.com

Петя Йорданова-Динова

Катедра „Икономика на хранителната индустрия“ в Университет по хранителни технологии,
гр. Пловдив, България, petia1222@abv.bg

Резюме: Алтернативните форми на туризма се разглеждат все повече като ключ към устойчивото развитие. Основанията за това са, че противно на масовия туризъм с неговото негативно влияние върху посещаваните местности, алтернативният туризъм предизвиква форма на балансиран растеж, в хармония с околната среда и в социо-културно отношение. Развитието на туризма по устойчив начин е свързан с осъществяване на иновативна стратегия от страна на туристическите организации. Предимството на туристическите ресурси е това, че те могат да се използват многократно, без да се влоши тяхното качество, при условие обаче, че не се допускат действия, които да ги рушат или променят безвъзвратно. Най-голямата насока за укрепване на туризма е възможността на мениджърите да формулират стратегия за достигане на конкурентно предимство за техните организации. Целите на устойчивото туристическо развитие са икономическа жизнеспособност, местен просперитет, качество на заетостта, социално равенство, удовлетворение на посетителите, местен контрол, социално благоденствие, културно богатство, физическа цялост, биологично разнообразие, ефективно използване на ресурсите, чистота на околната среда. В това отношение кълстерният модел на организация и координация на туристическата дейност е предпоставка за икономическа и социална

ефективност, особено за развитие на туристическите дестинации на локалните селища и курорти, в съчетание с различни държавни органи и особено между частни фирми и предприятия.

Каквато и да е околната среда на региона, за него трябва да се полага грижа, за да се запази за бъдещите поколения. Днешният свят е много динамичен и промените са неосезаеми. Целта е адаптацията да не унищожи принципите на устойчивостта. Ако те, както и предприемането на адекватна политика останат неприложени, най-вероятно туризмът ще бъде в ущърб на околната среда.

Ключови думи: Зелена икономика, Устойчиво развитие, Туризм, Клъстери в туризма

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Превръщането на устойчивостта във важна политическа задача на туризма, предизвика нарастване на дискусиите и критиката, както и голяма нужда от разбирането на природата на ограничителите на растежа²⁹⁷. Алтернативните форми на туризм все повече се разглеждат като ключ към устойчивото развитие. Въпреки фактите, академиците все още са твърде скептични по отношение на това, дали алтернативният туризм може да бъде наистина успешен²⁹⁸. Алтернативните форми на туризм са реални, когато реализират стопанска дейност, предоставят туристически услуги, носят доходи и печалба на стопанските организации²⁹⁹. Ключов елемент на успешната туристическа индустрия е способността ѝ да разпознае и да се справи с промяната през широката гама на движещи фактори и начина на тяхното взаимодействие. Ключовите двигатели на глобалната промяна, в рамките на външна околна среда, могат да се класифицират като³⁰⁰ икономически, политически, фактори на околната среда, технологични, демократични и социални. Развитие на туризма по устойчив начин е свързан с осъществяване на иновативна стратегия³⁰¹ от страна на туристическите организации. Най-голямата насока за укрепване на туризма е възможността на мениджърите да формулират стратегии за достигане на конкурентно предимство за техните организации.

2. ДЕФИНИРАНЕ И ПРИНЦИПИ НА УСТОЙЧИВОТО ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

Под устойчиво развитие на туризма се разбира прогрес на туристическата дейност, който се развива и поддържа в едно общество по такъв начин и с такава степен, че той остава стабилен и ефективен за неопределен период от време. Същевременно това развитие не води до деградация или промяна на средата (екологична, икономическа, социална)³⁰², в която туризмът се развива до степен, в която да се забавя успешното развитие и просперитетът на други дейности или процеси.

Друга дефиниция³⁰³ определя устойчивото развитие до „наблюдение и анализиране на въздействията от различните туристически дейности, навременното установяване на възможни негативни въздействия, предприемане на необходимите действия и паралелно с това контролиране на всички видове въздействие през цялото време, така че да бъдат предприети и осъществени необходимите промени и подобрения преди да са нанесени щети върху ресурса”.

Целите на устойчивото развитие на туризма са: икономическа жизнеспособност; местен просперитет; качество на заетостта; социално равенство; удовлетворение на посетителите; местен контрол; социално благоденствие; културно богатство; физическа цялост; биологично разнообразие; ефективно използване на ресурсите; чистота на околната среда.

²⁹⁷Saarinen, J., Traditions of sustainability in tourism studies, *Annals of tourism research*, Volume 33, Issue 4, October, (2006).

²⁹⁸Ioanides, D., A flawed implementation of sustainable tourism: the experience of Akamas, *Tourism management*, Volume 16, Issue 8, December, (1995).

²⁹⁹Тончев, Цв., Основни направления на концепцията за устойчиво развитие, Май, сп. Ролята на НПО в развитието на туризма, www.btch-digest.org, (2009).

³⁰⁰Dwyer, L. et al., Destination and enterprise management for a tourism future, *Tourism management*, Volume 30, Issue 1, February, (1995).

³⁰¹Bichurova I., Analysis of the innovation and business activity of a company, *International Journal Knowledge, Scientific Papers*, Vol. 28.5, Skopje, ISSN 2545-4439, (2018).

³⁰²Ivanov, M., Renewable Energy Industry in Bulgaria: Challenges to Its Development, *Sociological Problems, Special Issue 2014*, pp. 151-171

³⁰³Драганов, Р., „Устойчив културен туризм по трансбалканския културен коридор”, Регионален форум, 16-17 Ноември, Пловдив, www.seecorridors.eu, (2007).

В подобна светлина е становището на Българска асоциация за екологичен и селски туризъм за развитието на туризма, което предполага общуване и взаимодействие. Затова, ако хората искат да запазят своята самобитност, трябва да полагат повече грижи за развитието на своята специфична местна култура³⁰⁴.

Предимството на туристическите ресурси³⁰⁵ е това, че те може да се използват многократно без да се влоши тяхното качество, при условие обаче, че не се допускат действия, които да ги рушат или променят безвъзвратно.

В насоката на устойчиво туристическо развитие би следвало да бъдат оценени следните положения³⁰⁶:

- туризмът трябва да бъде разбран като позитивна дейност, осигуряваща ползи за местното общество, за собствената си област и за туристите;

- природните ресурси, влияещи върху развитието на туризма трябва да се съхраняват и да бъдат обхванати в плановете за дългосрочно развитие;

- взаимоотношенията между туризма и околната среда трябва да съхранят виталността между околната среда и екосистемите;

- туристическата практика и развитие следва да бъдат внимателни към природата и нейните особености; Днешният свят е много динамичен и промените са неосезаеми³⁰⁷, обаче адаптацията не трябва да унищожи принципите на устойчиво туристическо развитие. Развитието на туризма не трябва да има негативно влияние върху природните ресурси;

- местното управление и контролът върху околната среда трябва да подчинят тези принципи и трябва да работят заедно по посока към тяхното прилагане на практика.

По този начин природният, културният и историческият потенциал може да бъде съхранен за бъдещите поколения и ефективността на туристическото развитие може да се усъвършенства в различни аспекти.

Провеждането на устойчива туристическа дейност се свързва с международните стандарти за устойчив туризъм. Това са стандартите „Зелен ключ”, който се свързва с екологичен мениджмънт в хотелиерството при активно използване на екологично чисти продукти; ECOTEL Certification (за хотели) и Eco-Picto (за къмпинги) – при икономично и екологично чисто функциониране; Green Globe Certification – етикет за туроператори, хотели и туристически дестинации; PAN Park Initiative – етикет за природни туристически местности и сертифициране на туристически местности в защитените територии и около тях.

Основните икономически фактори, които влияят върху развитието на туризма са³⁰⁸: макроикономически (макроикономическа стабилност; БВП; инфлация; безработица; инвестиционен климат и активност; данъчно облагане и конкретен данъчен режим на туризма; привлекателност на страната като туристическа дестинация; стабилност и конвертируемост на националната валута; лихвен процент и др.) и отрасли (степен на конкуренция; сила на купувачите; сила на доставчиците; заплаха от стоки заместители; заплаха от навлизане на нови конкуренти и др.).

Глобализацията дава резултат върху по-лесния достъп през границите, което за туристическата индустрия може да означава повече чужди туристи, както и нарастване на глобалната конкуренция в международните туристически дестинации. Проектираната динамична световна икономика е предназначена да осигури базата за нарастването на международния и местния туризъм. Главните фактори, които ще се комбинират, за да представят по целия свят икономическата динамика и растеж и да продължат посоката на глобализация включват:

о дерегулация/либерализация – усилията да се премахнат бариерите за международни пътувания по смисъла на възходяща либерализация на транспорта и на други форми на дерегулация се очаква да продължи;

³⁰⁴ Ivanov, M., *Fostering Sustainable Innovations and Entrepreneurship through Strategic Niche Management: The Bulgarian Case in Higher Education*. Sociological Problems, Special Issue, (2017).

³⁰⁵ Воденска М., *Основи на туризма*, София, Изд. „Матком”, (2006).

³⁰⁶ Grundey, D., “Managing sustainable tourism in Lithuania: dream or reality, Technological and Economic Development”, *Baltic Journal of Sustainability*, 14 (2), (2008).

³⁰⁷ Bichurova, I., P. Yordanova-Dinova, *Company innovation policy and strategy*, *International Journal Knowledge, Scientific Papers*, Vol. 28.5, Skopje, ISSN 2545-4439, (2018).

³⁰⁸ Виларов, Б., *Кръгла маса „Маркетингова стратегия за развитие на туризма в община Копривщица. Планиране и управление на туризма”*, Копривщица, комплекс „Джоголанова къща”, (26 Март 2009).

- о растяща търговия и инвестиране – международната търговия и инвестиционни потоци ще растат, което ще предизвика нарастването на световния БВП;
- о разпространяване на информационни технологии – широко разпространеното обединяване на информационните технологии ще продължи да осигурява важни и ефикасни придобивки в развитите икономики. Страни и групи, които могат да достигнат и адаптират новите технологии, ще достигнат до най-големите успехи на глобализацията;
- о нарастващо динамичен частен сектор – експанзията на частния сектор в много важни пазарни държави ще стимулира икономически растеж под конкурентен натиск за по-ефикасно използване на ресурсите.

Икономическата глобализация и либерализация носят риск, несъмнено ще има проблеми, някои от тях, потенциално, много разрушителни. Възможните спирачки за растежа включват тенденциите в ключовите икономики със съпътстващо разпространение върху приложенията на други икономики, обсъждания върху много други правила и ситуации на неподходящи перспективи на растеж и дистрибуция³⁰⁹.

3. НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЧЕСКА РЕФЕРЕНТНА РАМКА

По отношение на туризма, докладът за устойчив туризъм на Европейската комисия от 2009 г. извежда на преден план устойчивостта като основна стратегия на развитие. В допълнение на Програма 21 и Хартата за устойчив туризъм, създадената към Съвета на Европа, група на специалистите в туризма и околната среда разработи и прие редица документи³¹⁰:

- Резолюция относно устойчивата политика за туристическо развитие и развитие на съвместим с околната среда туризъм (#R(94)7);
- Резолюция относно устойчивата политика за туристическо развитие в защитените територии (#R(97)10);
- Резолюция относно политика за устойчиво развитие на околната среда, подходящо за туризъм в крайбрежните зони (#R(97)9);
- Резолюция относно развитието на обучение за управление на околната среда на специалисти от туристически сектор (#R(99)16).

В края на 2008 г. Българският форум на бизнес лидерите (БФБЛ) спечели договор в „Проекти в областта на корпоративната социална отговорност”, администриран от Европейската комисия. Името на проекта е „Корпоративната социална отговорност в туристическата индустрия в България – фактите и бъдещето”. Партньори на БФБЛ са Държавната агенция по туризъм, НПО „Инициативи за международно развитие” и Софийския университет – катедра „Публична администрация”. Политиката на КСО, отнесена към туризма включва отговорно производство, консумация и инвестиции в туризма. Слез приключването на проекта, намерението е изготвянето на пълен списък на практики на КСО в морския, ски и голф туризма. В проекта е заложено и разработването на „Харта - Етичен кодекс на корпоративната социална отговорност в туристическата индустрия в България”³¹¹.

Планирането на туризма и основната туристическа стратегия трябва да осъществят на национално, регионално и институционално равнище. Стратегическото планиране на национално равнище се основава на стратегията за туризма. Тази стратегия показва насоките на стратегическо планиране на другите две равнища.

Националната стратегия за устойчиво туристическо развитие представлява концепция за икономически ефективно развитие на туризма, с едновременното опазване и възстановяване на използваната от туризма околна среда, и удовлетворяване на потребностите на населението и туристите, посещаващи България като туристическа дестинация. **Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България** обхваща периода 2014-2030 г. и систематизира визията, стратегическите цели, приоритетите, дейностите, чиято реализация ще води до утвърждаване на устойчиви схеми за развитие и управление на туристическите дейности.

Националната стратегия представя и редица слабости във връзка с нормалното функциониране на отрасъла и в Закона за туризма, предизвикващи координационни проблеми, както и възможности за тяхното преодоляване. Тези слабости са свързани с концентрацията на 75% от специализираната инфраструктура в 7

³⁰⁹ Stiglitz, J., Making globalization work, W.W. Norton, New York, www.en.wikipedia.org/, (2006).

³¹⁰ Agenda 21 for Tourism & Travel Industry. Towards Environmentally Sustainable Development. WTO, WTTC, Earth Council, (1996).

³¹¹ www.horemag.bg

области, които покриват 8-10 % от територията на страната ни. Агломерацията на големите комплекси все по-често нарушава основната цел на туристическото посещение за почивка и рекреация. Това в немалка степен предопределя и високата степен на териториална, сезонна и продуктова моноструктурност и сезонни флукутации. Летният морски и зимният ски-туризъм формират основната част от предлагането на туристическия продукт в страната, което предопределя облика ни на масова туристическа дестинация. Преодоляването на този недостатък може да се реализира чрез овладяването на „неексплоатирания все още сериозен потенциал от природни и културни ресурси, с които България разполага“ за развитие на специализирани форми на туристическа дейност и трансформация на имиджа на дестинация за масов туризъм.

Преодоляването на този недостатък може да се реализира чрез овладяването на „неексплоатирания все още сериозен потенциал от природни и културни ресурси, с които България разполага“ за развитие на специализирани форми на туристическа дейност и трансформация на имиджа на дестинация за масов туризъм. Друг проблем, който извежда референтният документ е този, че развитието на специализираната туристическа инфраструктура изпреварва значително развитието и подготовката на кадрите, работещи в туризма³¹².

Значителна част от туристическия сектор все още функционира в „сивата икономика“, което създава напрежение по отношение на очакванията на държавата за данъчни постъпления. Бизнесът също има редица очаквания, свързани с облекчаването на режима за визовите и граничните формалности, а също и с фискалната и данъчната политики, особено за ДДС, за общата инфраструктура, за недостатъчната подкрепа при осъществяване на националната промоция и реклама.

Основното задължение на **държавните институции и администрации** се отнася до политическия ангажимент, свързан с устойчивото развитие на туризма. Основното задължение на **регионалните институции** се свежда до провеждане на туристическа политика, при което се зачитат интересите на туристическия бизнес, на местната социална общност, на институциите по съхранението на екологичните и културни паметници, на професионалните сдружения (синдикати), на транспортните органи, на местните образователни институции.

Световната туристическа организация в своята програма за туризъм определя, че „всички дейности, свързани с туризъм, пътешествия и рекреация трябва да са съобразени с изискванията за устойчиво развитие и да включва комплекс от мерки за съхраняване, възстановяване и развитие на околната среда“.

Вниманието трябва да се насочи към онези фактори, които ще повлияят върху туристическия поток през следващите 15 години, които имат няколко пункта за отразяване:

- Глобалното бъдеще през 2025 година няма да се влияе от единичен фактор.
- Всеки фактор ще има различно влияние в отделните региони и страни.
- Факторите могат да се подсилват общо и в някои случаи да действат по пресичащи се цели.

Планирането на туризма и основната туристическа стратегия трябва да осъществят на национално, регионално и институционално равнище. От една страна, прогресивните дейности на туризма могат да унищожат природните ресурси. От друга страна, *дейностите в туризма, които са планирани, прилагани и контролирани подходящо*, носят положителен резултат. Въпросите за природата могат да се интегрират в плановете за туристическо развитие.

В контекста на долната фигура полето на *целевия маркетинг* акцентира върху: продуктовото и маркетинговото развитие, което е целево и тематично базирано. Полето на *климатична промяна* насочва към това, че: туристическата индустрия трябва да смекчи и да се адаптира към климатичната промяна. Полето на *устойчиво туристическо развитие* се свързва с това, че то носи необходимост от компромис между икономика и околна среда; потребителите би трябвало да се насочат към продукти, щадящи околната среда. Полето на *образование за управление на туризма* акцентира върху това, че: образованието и обучението подкрепят иновативната туристическа работна сила да постигне конкурентност за дестинацията. Противно на масовия туризъм с неговото негативно влияние върху посещаваните местности, алтернативният туризъм предизвиква форма на балансиран растеж, в хармония с околната среда и в социо-културно отношение.

³¹² Бичурова, И. Стратегически инструментариум в подкрепа на устойчивото туристическо развитие и конкурентоспособност, Научни трудове на Съюза на учените -Пловдив, Серия А. Обществени науки, изкуства и култура, Том I, ISSN 1311-9400, 2015,123 – 126

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Под *устойчиво развитие на туризма* се разбира прогрес на туристическата дейност, който се развива и поддържа в едно общество по такъв начин и с такава степен, че той остава стабилен и ефективен за неопределен период от време. Туристическата дейност трябва да комбинира дългосрочната икономическа устойчивост с рамката на дългосрочната екологична и социална устойчивост, и справедливото разпределение на ползите и загубите от това развитие.

Достигането на конкурентно предимство във времена на бърза промяна изисква заинтересованите страни в туризма да имат ясното разбиране за посоката на промяна и нейното приложение за бизнеса. Откакто туризмът е интегриран с другите сектори на икономиката, насоките в туризма не могат да се разглеждат в изолация от ключовите двигатели, които ще формират света на бъдещето

ЛИТЕРАТУРА

Бичурова, И. (2015), Стратегически инструментариум в подкрепа на устойчивото туристическо развитие и конкурентоспособност, Научни трудове на Съюза на учените - Пловдив, Серия А. Обществени науки, изкуства и култура, Том I, ISSN 1311-9400, 123 – 126.

Виларов, Б., (26 Март 2009), Кръгла маса „Маркетингова стратегия за развитие на туризма в община Копривщица. Планиране и управление на туризма”, Копривщица, комплекс „Джоголанова къща”.

Воденска М. (2006), Основи на туризма, София, Изд. „Матком”, 67.

Драганов, Р. (16-17 Ноември 2007), „Устойчив културен туризъм по трансбалканския културен коридор”, Регионален форум, Пловдив, www.seecorridors.eu.

Тончев, Цв., (Май 2009), Основни направления на концепцията за устойчиво развитие, сп. Ролята на НПО в развитието на туризма, www.btch-digest.org.

Bichurova I., (2018), Analysis of the innovation and business activity of a company, International Journal Knowledge, Scientific Papers, Vol. 28.5, Skopje, ISSN 2545-4439, 1521-1526.

Bichurova, I., P. Yordanova-Dinova, (2018), Company innovation policy and strategy, International Journal Knowledge, Scientific Papers, Vol. 28.5, Skopje, ISSN 2545-4439, 1517-1520.

Dwyer, L. et al., (1995), Destination and enterprise management for a tourism future, Tourism management, Volume 30, Issue 1, February, 63-74.

Grundey, D. (2008), “Managing sustainable tourism in Lithuania: dream or reality, Technological and Economic Development”, Baltic Journal of Sustainability, 14 (2), 118-129.

Ioanides, D. (1995), A flawed implementation of sustainable tourism: the experience of Akamas, Tourism management, Volume 16, Issue 8, December, 583-592.

Ivanov, M., (2014), Renewable Energy Industry in Bulgaria: Challenges to Its Development, Sociological Problems, Special Issue, pp. 151-171.

Ivanov, M., (2017), Fostering Sustainable Innovations and Entrepreneurship through Strategic Niche Management: The Bulgarian Case in Higher Education. Sociological Problems, Special Issue, ISSN:0324-1572, 152-166.

Saarinen, J., (2006), Traditions of sustainability in tourism studies, Annals of tourism research, Volume 33, Issue 4, October, 1120-1140.

Stiglitz, J. (2006), Making globalization work, W.W. Norton, New York, www.en.wikipedia.org/.

Agenda 21 for Tourism & Travel Industry. (1996) Towards Environmentally Sustainable Development. WTO. WTTC, Earth Council.

www.horemag.bg