
SOCIAL CAPITAL FOR INCREASING TOURISM POTENTIAL IN NATURAL PARK "STRANDJA"

Ana Yaneva

University of Food Technologies - Plovdiv, Bulgaria, AnnieYaneva@gmail.com

Georgi Toskov

University of Food Technologies - Plovdiv, Bulgaria, G_Toskov@uft-plovdiv.bg

Abstract: Tourism is a major factor that determines the potential for the increase of the economic growth as well as the opportunities for the creation of new job positions. The developing of the tourism infrastructure is a key issue for the local economic stability and especially for the reduction of the unemployment rate. A possible strategy for ensuring the progress of the tourism sector is the building of the social capital networks. The successful building/Implementing of social relations is a vital factor in each region's efforts to preserve its cultural heritage, including local traditions, cuisine and characteristics.

The study focuses on social capital as a factor for increasing the tourist potential of a particular region in Bulgaria and to offer guidelines for ensuring sustainability in its development.

Strandja Nature Park is the largest protected natural area in Bulgaria. It is known for its unique ecosystems and biodiversity, and the original Strandja folklore, culture and historical heritage are preserved on the territory. Strandja is the only Bulgarian territory included in the five priority areas for protection in Central and Eastern Europe. Despite the uniqueness of this area and the efforts of local authorities, the Strandja Nature Park remains poorly attractive for mass tourism.

In the years after Bulgaria became member state of the European Union the opportunities to work on European projects significantly improve the development of the region.

Social capital relates to make strong ties to others within a system. It represents the resources that are acquired through building personal and professional relationships, plans and ideas, business communications, human and financial capital, influence, trust, emotional commitment, friendship and cooperation. Exactly such aspects contribute to the development of the competencies of the people employed in the tourism industry. In order to be able to develop a competitive product, adequate attention must first and foremost be paid to the employees who offer this product. The most important item aspect of a good tourist business is an added value for the end user and the innovative approach of offering. A specific research on the issue could present a comprehensive concept for development of social capital. Training methods and specialized workshops could strengthen the critical thinking of tourist entrepreneurs in Strandja area.

Keywords: social capital, social interaction, social resource, tourist resources, tourist potential

СОЦИАЛНИЯ КАПИТАЛ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ В ПРИРОДЕН ПАРК „СТРАНДЖА“

Ана Янева

Университет по хранителни технологии – Пловдив, AnnieYaneva@gmail.com

Георги Тосков

Университет по хранителни технологии – Пловдив, G_Toskov@uft-plovdiv.bg

Резюме: Туризмът играе важна роля за икономиката на България поради потенциала и възможностите за създаване на работни места и икономически растеж в слаборазвитите райони в страната. Изграждането на туристическа инфраструктура допринася за по-устойчива заетост на местното население и се явява основа за развитие на социален капитал. Успешното изграждане на социални връзки от своя страна е ключов фактор в стремежа на всеки регион да запази културното си наследство, в това число местните традиции, кухня и характерности.

Изследването е съсредоточено върху социалния капитал като фактор за повишаване на туристическия потенциал на територията на конкретен регион в България и да предложи насоки за осигуряване на устойчивост в неговото развитие. Природен парк Странджа е най-голямата защитена природна територия в България. Известна е с уникалните екосистеми и биоразнообразие, а на територията се съхраняват и самобитните странджански фолклор, култура и историческо наследство. Странджа е единствената българска

територия, включена в петте приоритетни за опазване територии в Централна и Източна Европа. Въпреки своята уникалност и усилията на месните власти, районът на природен парк Странджа остава слабо атрактивен за масовия туризъм. В годините след присъединяване на България към Европейския съюз възможностите за работа по европейските проекти подобряват значително развитието на региона.

Социалният капитал се изгражда в мрежа от връзки и отношения с околните субекти. Той представлява ресурсите, които се придобиват с изграждане на лични и професионални взаимоотношения, планове и идейни решения, бизнес комуникации, човешки и финансов капитал, влияние, доверие, емоционална обвързаност, приятелство и сътрудничество. Точно подобни аспекти допринасят за развитието на компетенциите на хората, заети в туристическия бранш. За да може да се разработи един конкурентноспособен продукт, трябва преди всичко да бъде обърнато адекватно внимание на служителите, които предлагат този продукт. Най-важният аспект за един добър туристически бизнес е добавена стойност за крайния потребител и иновационния подход на предлагане. За да може да се изгради една цялостна концепция за развитието на социалния капитал, повишаването на квалификацията и засилването на критичното мислене в туристическия предприемач трябва да се направят конкретни изследвания на проблематиката, да се изготвят методи за обучения и да се проведат специализирани уъркшопи, в които да се развият компетенциите на заинтересованите групи.

Ключови думи: социален капитал, социално взаимодействие, социален ресурс, туристически ресурси, туристически потенциал

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът играе важна роля за икономиката на България поради потенциала и възможностите за създаване на работни места и икономически растеж в слаборазвитите райони в страната. Изграждането на туристическа инфраструктура допринася за по-устойчива заетост на местното население и се явява основа за развитие на социален капитал. Успешното изграждане на социални връзки от своя страна е ключов фактор в стремежа на всеки регион да запази културното си наследство, в това число местните традиции, кухня и характеристики.

Природен парк Странджа е най-голямата защитена природна територия в България. Известна е с уникалните екосистеми и биоразнообразие, а на територията се съхраняват и самобитните странджански фолклор, култура и историческо наследство. Странджа е единствената българска територия, включена в петте приоритетни за опазване територии в Централна и Източна Европа. Въпреки своята уникалност и усилията на месните власти, районът на природен парк Странджа остава слабо атрактивен за масовия туризъм. В годините след присъединяване на България към Европейския съюз възможностите за работа по европейските проекти подобряват значително развитието на региона.

2. КОНЦЕПЦИЯ ЗА СОЦИАЛЕН КАПИТАЛ

Социалният капитал е доста широка теория, която се поддава на множество приложения и интерпретации. Понятието "социален капитал" е употребено за пръв път през двайсетте години на миналия век в статия на социални реформатор Дж. Л. Ханифан[1]. Тя счита, че „Общността като цяло има изгода от взаимодействието на всичките си части, а индивидът намира в сдруженията предимствата на помощта, симпатията и дружбата със съседите“. Ханифан използва понятието „капитал“ и го свързва с наличието на социална структура за създаването на икономическа и бизнес перспектива на отделната личност[2]. Едва половин век след тази статия интересът към социалния капитал се възвръща и става обект на изследване, когато Джакобс го употребява активно в своето изследване за социологията на града[3]. Там той определя социалния капитал като специфично "производство" на чувство за общност и мрежи от отношения, които хората изграждат помежду си. „Социалният капитал първоначално произтича от социалната теория и от широката идея, че социалните отношения са ресурси, които помагат на хората да действат ефективно“ е дефиниция на Джеймс Колман, един от първите социални учени, който използва термина през 70-те години[4].

Утвърждаването на понятието "социален капитал" в научната, а впоследствие и в масовата му употреба се свързва най-вече с Бурдийо, Колман и Пътнъм. Ако перифразираме централната теза на Пътнам следва да отбележим, че резултатът от успешното натрупване на социален капитал в региона са добре функционираща икономическа система и високо ниво на политическа интеграция. Негово изследване сочи, че в Съединените щати много социални проблеми през последните три десетилетия са причинени от спада на социалния капитал[5]. Идеите на Пътнам също напомнят на функционални концепции за социална интеграция от 50-те и началото на 60-те години. Но има и по-стара концепция за социален капитал, разработена от Пиер Бурдийо през 70-те и началото на 80-те години. Той идентифицира три измерения на капитал: икономически, културен и социален капитал. Концепцията на Бурдийо за социален капитал поставя акцента

върху конфликтите и функцията на властта - социални отношения, които увеличават способността на даден участник да развива своите интереси[6]. Социалните позиции и разделението на икономическите, културните и социалните ресурси като цяло се легитимират с помощта на символичен капитал. От перспективата на Бурдийо социалният капитал се превръща в ресурс на социалните борби, които се водят на различни социални арени или полета. Например проблемът с доверието може да се разглежда като част от символичното неразбирателство или липса на доверие в обществото. Правейки разграничение между структурните и релационните измерения на социалния капитал, Грановетер [7] дискутира структурната и релационна вграденост и посочва, че структурната засяга свойствата на социалната система и на мрежата от отношения като цяло. В случая терминът описва безличната конфигурация на връзките между хора или елементите.

В публичния, и по-специално в политическия дискурс, понятието "социален капитал" се наложи и заради включването му в официални доклади на международни организации като Световната банка и Организацията за икономическо развитие и сътрудничество. Съвременен популярен разбирателен социален капитал да се определя като всички институции, връзки и норми, които създават качествено и количествено на социалната интеракция. На фокус е взаимодействието между отделните елементи и влиянието, което оказва върху тях тази свързаност.

Въпреки някои различия в множеството популярни дефиниции следните характерни черти могат да се обобщят – работа в мрежи, доверието и взаимодействие. Обсъжданите принципи на социалния капитал включват още доверие, взаимност и съвместна работа, солидарност, загриженост за бъдещите поколения и очаквания за бъдещо сътрудничество. Развитието на този специфичен вид капитал засяга въпроса за интензивността и плътността на връзките между социалните елементи.

3. ПОВИШАВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ

Изследването акцентира върху социалния капитал като фактор за повишаване на туристическия потенциал на територията на природен парк Странджа в България и осигуряване на устойчивост в неговото развитие. Регионът следва да се възползва от възможностите за разработването на специализирани туристически продукти, които притежават потенциал за преодоляване на сезонността и създаване на специална връзка с дестинацията на базата на емоционално изживяване. Кулинарният туризъм е друг пример за алтернативна форма на туристическия продукт, чрез който да бъде формирана устойчива социална стабилност, както на района, така и на финансовия статус на местното население[8]. От основна важност е средното професионално образование, скроено според потребностите на бизнеса. Това би могло да се случи с въвеждането на нови образователни подходи, които да превърнат тези специалности в желани.

Безспорно на Странджа трябва да бъде обърнато специално внимание, като се сложи акцент на демографските проблеми и съживяването на икономиката. В тази връзка още веднъж се извежда ролята на туризма в стимулиране развитието на други свързани с него отрасли на стопанството, и по-конкретно на търговията, транспорта, съобщенията, селското стопанство, производството на стоки и услуги[9]. Наред с високия си икономически потенциал, туристическият сектор има важно социално значение, оказвайки значително влияние върху заетостта на населението. Наличието на социалния капитал може да бъде в резултат на различни дейности и неговото укрепване и развитие може да бъде допълнително подпомагано от правителството, от нестопански организации, от местния бизнес и други заинтересовани групи. Изследвания сочат, че с организиране на съвместни дейности и комуникация лице в лице между различни участници, като това е лесно на регионално ниво заради географската близост[10].

В контекста на глобализацията селските райони са обект на различни промени, които влияят на местните социално-икономически тенденции и структури. Много промени имат отрицателно въздействие върху гражданската ангажираност. Хората имат по-малко време да участват в местни асоциации. Телевизията, масовата комуникация и интернет раждат един вид виртуална среда. Загубата на местна инфраструктура като закриване на кина, читалища, хотели, къщи за гости, магазини и т.н. също така води до загубата на възможности за социални връзки и персонален човешки контакт. Следователно местният социален капитал може да играе решаваща роля и изграждането му трябва да се стимулира чрез създаването на социални структури, доверие и силно гражданско общество.

Концепцията за социален капитал е важна за обяснението на някои неикономически тенденции и тя е ключов фактор, който дава възможност за успех в регионалното развитие. Но този вид капитал не може да бъде обогатен без институционална подкрепа. Политиките трябва да насърчават сътрудничеството, да предлагат възможности за обучение и по този начин да насърчават доверието между местните участници.

Полезен ход е насърчаването на алтернативните форми на туризъм в региона на Странджа, организиране на различни социални дейности, използване потенциала на културното наследство и не на последно място

развиване на социални връзки, който да благоприятства процесите. Допълнителни възможности са активен маркетинг на дестинацията за повишаване на разпознаваемостта ѝ както и повишаване на качеството на туристическите продукти чрез насърчаване специализираното обучение и квалификацията на кадри в областта на туризма, както в управленските така и в обслужващите звена. Необходимо е да се търсят средства за опазване и икономическо стимулиране на общности от местни производители, за да се популяризират техните продукти и да се стабилизируют специфични традиционни начини на производство.

Следва да се отбележи специално и, че социалният капитал не трябва да се разглежда като веднъж създадена постоянна стабилна величина. Обикновено това е поток, в постоянно движение, в преход. Структурата на социалния капитал трябва постоянно да се адаптира към новите предизвикателства и новия контекст. Ще трябва да се появят нови колективни организации, за да отговорят адекватно на нововъзникващи нужди. Може би най-голямото предизвикателство е свързано с разбирането на политическите структури и пречките, свързани с интегрирането на развитието на селските райони в контекста на една по-регионализирана и национална система.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социалният капитал може да изиграе решаваща роля за възстановяването на местната идентичност и връщането на доверието като се стимулира създаването на регионални партньорства за опазване на биоразнообразието, кулинарните традиции и увеличаване на благосъстоянието на местните общности в Странджа.

Странджанският регион има потенциал да се превърне в притегателно място за бизнес в сферата на туризма и да развива специализирани видове туризъм в унисон с европейските тенденции за акцентирание върху уникалното и специфично културно и природно наследство. Възстановяването на стопанските дейности в този регион обаче няма как да започне без изграждането на социална инфраструктурата, която да създаде функционални връзки между различните участници в процеса.

ACKNOWLEDGEMENTS

Статията е разработена в изпълнение на проект по фонд "НАУКА" на „Университет по хранителни технологии“ – Пловдив на тема: “Социалният капитал като фактор за повишаване конкурентоспособността на сектор Туризм на територията на Природен парк „Странджа“.

ЛИТЕРАТУРА

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*: 241-258. New York: Greenwood.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- Granovetter, M. S. 1992. Problems of explanation in economic sociology. In N. Nohria & R. Eccles (Eds.), *Networks and organizations: Structure, form and action*: 25-56. Boston: Harvard Business School Press.
- Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130-138.
- Jacobs, J. (1992). *The death and life of great American cities*. New York: Vintage Books.
- Ostrom, E., & Ahn, T. K. (2009). The meaning of social capital and its link to collective action. *Handbook of social capital: The troika of sociology, political science and economics*, 17-35
- Putnam, R.D. (1995). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. в: *Political Science & Politics*, (664-683).
- Stankov, S., Fidan, H., Toskov, G., Dimitrova, E., & Nikovska, K. (2019). Traditional Bulgarian foods in the Horeca sector as a factor of choice for the tourist destination. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 25 (4), 654-660.

Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г.
www.socialcapitalresearch.com, p.48-49