

# ОТГОВОРНИЯТ ТУРИЗЪМ – МЕХАНИЗЪМ ЗА РАЗВИТИЕ НА МАЛКИТЕ НАСЕЛЕНИ МЕСТА

гл. ас. д-р Десислава Алексова

Международно висше бизнес училище, Ботевград

## RESPONSIBLE TOURISM – A MECHANISM FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL RURAL AREAS

Dessislava Alexova

*ABSTRACT: The report covers the results of the survey related to the concept of responsible tourism and overcoming the demographic and economic problems in the small rural areas. The main accents are placed on contemporary trends in the development of specialized types of tourism, the introduction of international standards, certification and innovative approaches. The best practices in the development and management of tourism destinations are presented in the survey. The main factors restricting the market development are reflected, in particular on the legal and institutional regulation and stakeholder interaction.*

*KEYWORDS: responsible tourism, sustainable development, eco-certification, destination management*

Отговорният или наречен още солидарен туризъм е носочен към човека и личността, отговорно отношение към околната среда и уязвимите екосистеми. Основният акцент в пътуванията е досега със съхранената природна среда, автентичната атмосфера и кухня, запазените традиции и качествата на пейзажа. Перспективите са свързани преди всичко с глобализацията, стремителното и мащабно разрастване на индустриализма и урбанизма. Промяната на жизнената среда поражда стремеж към духовното и автентичното, пряк досег с природата, желание за пътуване назад към миналото, духовно и личностно израстване.

Отговорният туризъм се характеризира с намаляване до минимум на негативните икономически, социални и екологични влияния; генериране на по-високи икономически облаги за местното население и подобряване работните условия; ангажиране на местните общности при вземането на решения, които касаят развитието на дестинацията. Неговата цел е да допринесе за опазването на природните ресурси и културно-историческото наследство; да се грижи за повече приятни изживявания на туристите, посредством по-пълноценни контакти с местното население и по-голяма съпричастност към местната култура, бит и традиции; да допринесе за минимизиране на

последствията върху околната среда; да осигурява достъп за хора с увреждания. Този вид туризъм е ориентиран към културните ценности, съдейства за респекта между туристите и домакините и изгражда доверие у местните общности<sup>1</sup>.

Концепцията на отговорния туризъм обуславя близък контакт с местната култура и природа, а човешкото измерение, което характеризира тези пътувания определя и по-слабото влияние върху околната среда в сравнение с масовия туризъм. От друга страна този мащаб в предлагането позволява много по-лесно въвеждане на разнообразни и природоопазващи практики, които не изискват големи инвестиции, свързани с: икономичното потребление на енергия и вода; управление на отпадъци; насърчаване на екологосъобразното поведение на туристите; принос към местната икономика и опазването на природното и културното наследство.

Посетителите, предприемащи отговорни пътувания се характеризират като любознателни, значително платежоспособни, с по-голяма обща култура туристи, които пътуват индивидуално или в малки и средно-големи групи. Те предпочитат предимно по-малко познати планински и селски райони, със собствен облик, автентична култура и съхранена природа. Ориентират се към разнообразни туристически програми, където доставчиците на услуги са собственици на семейни хотели, къщи за гости, хижи, манастири, планински водачи, производители на занаятчийски продукти и др.<sup>2</sup>

Спецификата на туристическото предлагане определя **изисквания към туроператорите**, предлагащи отговорни пътувания. Дефинирани са ангажиментите им спрямо клиентите, персонала, контрентите и местните доставчици, както и ангажименти спрямо посещаваните места и опазване на застрашените райони. Ангажиментите спрямо клиентите са свързани с предлагане на тематични пътувания, с цел опознаване и оценяване на местната природа и култура; обявяване на принципите на етика на пътуването, кодекс и етична харта със съвети и препоръки за поведението по време на пътуването; насърчаване на клиентите да правят дарения за проекти по консервация и местно развитие и др. Ангажиментите по отношение на персонала включват стратегия на фирмата с екологосъобразно и социалносъобразно управление; осигуряване курсове за обучение на персонала; присъединяването към международни сдружения или вериги; участие в процес на сертифициране (инициативата на UNEP<sup>3</sup> за туроператорите), подписване на харта за устойчив туризъм<sup>4</sup>. Ангажиментите към доставчиците на стоки и

---

<sup>1</sup> The International Ecotourism Society definition.

<sup>2</sup> Изследване на Българска асоциация за алтернативен туризъм.

<sup>3</sup> Програма за околната среда на обединените нации.

<sup>4</sup> Europark Federation, European Charter for Sustainable Tourism – <http://www.europarc.org/what-we-do/european-charter-for/>

услуги са насочени към насърчаване на местни инициативи и партньорства; закупуване на продукти на място; насърчаване на екологосъобразно и социалносъобразно управление на приемащите структури; набиране на средства за поддръжка на проекти за развитие и подобряване на положението на населението и т.н. Особено значими за устойчивото развитие на приемащите дестинации са ангажиментите спрямо посещаваните места и опазване на застрашените райони. Постигането им е свързано с упражняване на политика на минимално въздействие чрез спазване на местните правила и запознаване на клиентите с тези правила; използване на немоторизиран и незамърсяващ транспорт, когато е възможно; осигуряване на специализирани водачи с добри познания за природата, посещаваната страна, социалните и политическите ѝ характеристики, за да се улесни опознаването и оценяването на природните и културни обекти. Необходимо е да има гаранции, че размерът на групите и поведението на посетителите позволяват наблюдение на животните без да ги обезпокояват, както и организиране на инициативи с широко участие, в т.ч. договаряне за ангажиментите с ръководствата на защитените територии, местните общности и местните доставчици, присъединяване към национални природозащитни организации, активно членство в местни природозащитни НПО в посещаваните страни. Възможен е бойкот на определени дестинации, придобили медийна популярност, но които не отговарят на етичните критерии.

Освен към организаторите на туристически пътувания, съществуват и основни **изисквания към туристическите обекти** за подобряване на качеството чрез доброволна сертификация. Туристическите обекти, които са направили реални усилия да бъдат отговорни към околната среда, следва да отговарят на изисквания за гостоприемство, използване на местни храни, рентабилност и икономическа ефективност. Към тези изисквания се отнасят използването на възобновяеми източници на енергия; технологии за пестене на електроенергия и питейна вода; използване на добри изолации; при строежа и обзавеждането да се използват естествени материали; разделно събиране на отпадъците; компостиране на органичните отпадъци; ползване на биоразградими почистващи препарати, по-рядко използване на МПС и др.

За различните участници в туристическия бизнес има установени екологични критерии при покриването, на които се издават сертификати за екологосъобразност. В България се издават номинации и сертификати за къщи за гости и семейни хотели „Зелената къща“, както и сертификация „Екохотел“. Наличието на сертификат за интегрирано управление ISO 14001, както и внедряването на ХАСП са различни документи за екологичност. Сред екологичните марки в страната са познати още EMAS, EU Flower, „Зеленият ключ“, „Автентична България“, Pan Parks.

Инициативата **„Зелена къща“** е на Българска асоциация за алтернативен туризъм (БААТ) и е свързана с развитието на качествено ориентиран

туристически продукт, домашно гостоприемство, утвърждаване на Харта „Български дом“, работа по проекти свързани с туризма на село, екологични аспекти на туризма и хотелиерството. Въвеждането на сертификат за качество и екологосъобразно туристическо обслужване в малките места за настаняване е контрапункт на унищожителното застрояване в морските и планинските курорти на България и пагубния ефект върху природата от неправилното планиране и развитие. Критериите за издаване на сертификат са разработени въз основа на утвърдени европейски практики на двете европейски значими мрежи “EuroGites” и ECEAT<sup>5</sup>. “EuroGites” обединява национални сдружения, които съвкупно предлагат около 500.000 легла в къщи за гости и семейни хотели в над 20 страни от Европа, докато ECEAT има акцент върху агротата и фермерството и върху опазването на природните ресурси.

Стандартът „Зелена къща“ отделя първостепенно място на добра политика към гостите. Тя се състои в насърчаване на екологосъобразното поведение у туристите и разясняване на значението на всяко, на пръв поглед незначително, действие за каузата на екологичното движение в глобален мащаб. Висока оценка се дава на инициативи на домакините за събиране на дарения за местни екологични и социални фондове или организиране на дейности, например залесявания, в които туристите могат да вземат участие. Акцентира се върху вниманието на домакините към местните традиции при строителството и обзавеждането, както и от степента на интерес на туристите към предмети и обичаи характерни за района или пък да се включат в занимания по традиционни занаяти. След покриване на основните критерии се издава номинация за „Зелена къща“, следва 3-годишен период за адаптиране към минимум 60 % от специализираните критерии за устойчивост и издаване на сертификат Зелена къща (Фиг. 1.)

---

<sup>5</sup> European Centre for Ecological and Agricultural Tourism.

Фиг. 1.



Издаването на **сертификат за „Екохотел“** е инициатива на Министерство на околната среда и водите и обхваща европейските критерии за „Услуга нощувка на туристи“<sup>6</sup>. Критериите са утвърдени със Заповед на Министъра на Околната среда и водите № РД-334 от 30.03.2004 г. относно определяне на обхвата и на специфичните критерии за получаване на екомаркировка за продуктова група „Услуга нощувка на туристи“. Приет е знакът на Европейската схема за екомаркировка – маргаритка от звезди със знака за евро в средата, която въвежда изискванията на Регламент 1980/2000/ЕС от 17 юли 2000 г. „Цветето“ е знак за високо качество, както и за особена грижа към околната среда. Сертификацията е срочна, за три години и след изтичане и заплащане на съответните такси се подновява. Изискванията към всеки обект са да отговаря на 37 задължителни критерии и 47 критерия по избор. От максимум от 72 точки хотелът-кандидат трябва да постигне минимум 16.5 точки (Фиг. 2). Изискванията включват: намаляване на консумацията на енергия, намаляване на консумацията на вода, ограничаване на създаването на отпадъци, като най-много изисквания за издаване на сертификат „Екохотел“ има за постигането на енергийна и водна ефективност, за употребата на химикали и разделно събиране на отпадъците. Приет е също така и маркетингът на схемата в Европейската Комисия, с възможност за ежегодно популяризиране на схемата в рамките на международни панаири и взаимодействие с туро-

<sup>6</sup> Решение №2003/287/ЕО се което се регламентират два вида продуктови групи туристически услуги: „услуга нощувка на туристи“ и „кмпинг услуги“.

ператори. Популяризирането на схемата се извършва от отделна служба към ЕК, официалната интернет-страница на Европейската схема за екомаркировка и специална интернет – страница за екотуризъм.

Фиг. 2.



Посочените ангажименти на туроператорите и екосертификати за туристическите обекти се налагат постепенно като гарант за повишаване качеството на предлаганите туристически продукти и услуги, следствие на изискванията за екологичност от страна на туристите, предприемащи отговорни пътувания.

В страната вече може да се посочат някои добри практики, свързани с развитие на отговорен туризъм в защитените територии, регионален брандинг и местни инициативи за устойчиво развитие на дестинациите, които подпомагат опазването на природните ресурси, съхраняването на културно-историческото наследство и занаятите и осигуряват поминък на местните общности.

Развитието на отговорен туризъм в защитените територии позволява включване на широк кръг заинтересовани страни, зонирание и установяване на режими чрез прилагане Плановите за управление, както и чрез разработване на програми, съвместими с българското екологично законодателство,

международните директиви и конвенции. Предимствата за местните общности са свързани с провеждане на образование и екологично възпитание, подпомагане на местния бизнес и развитие на регионите, възраждане и развитие на местните традиции и занаяти.

Добри практики за отговорен туризъм в защитените територии могат да се посочат по примера на природен парк Странджа. Природният парк е разположен на територията на общините Царево и Малко Търново и заема площ от 116 068.5 ха. В границите му попадат пет строги резервата, 17 природни забележителности и 12 защитени местности, някои от които уникални за България по отношение на ландшафтните си характеристики; над 450 паметника, от които 20 долмена, 24 могилни некропола, 11 самостоятелни надгробни могили, 2 уникални куполни гробници, 13 антични средновековни селища, 17 крепости, древни пътища; 280 архитектурни и художествени паметници на културата, от които 18 църкви, 83 параклиса, 268 възрожденски къщи и 4 исторически паметника. Селата Бръшлян и Българи са със статут на архитектурен и на фолклорен резерват. В региона съществуват множество съхранени занаяти – кошничарство и бари в с. Стоилово, ковачество в с. Звездец, тъкачество. Особен акцент в духовната култура на Странджа, характерна със свободното съжителство на християнството с древните езически обичаи. Във вътрешността на парка са запазени характерният странджански говор и топонимия. Единствено в този край се среща нестинарството, както и т.нар. кукер без маска.

Развитието на туризма в природния парк води до подобряване инфраструктурата на населените места и осигуряване на поминък на местното население. Принципите на отговорния туризъм са приложени успешно в с. Бръшлян. В селото има 60 жители 40, от които участват в посрещането на туристите. В селото се предлагат 65 легла за гости, а реализираните нощувки средно годишно са около 700. Ежегодно се отчитат около 4500 еднодневни организирани посетители и 2000 неорганизираните<sup>7</sup>.

Работилница за вълна Странджа е туристическа атракция, която подпомага местното животновъдство и възстановява стари странджански занаяти, свързани с овцевъдството. Посетители и гости в Странджа могат да участват в отделните процеси на първичната обработка на вълната, багренето с естествени растителни багрила, да се научат да предат, тъкат, плетат или да изработват изделия от пльст. Работилницата участва регулярно в най-различни събития в цялата страна.

Създаване на **Регионална марка „Странджа“** (Фиг. 3.) е инициатива на Българска фондация „Биоразнообразие“ в партньорство с дирекцията на пар-

---

<sup>7</sup> Проучвания на посетителския поток по поръчка на Асоциация на парковете в България с материали, изследвания и разработки на Евробарометър, Медиана, НЦИОМ, НСИ, ДУГ, Проект „Родопи“, Институт за анализи и оценки в туризма и др.

ка. Брандът е следствие на необходимостта от създаване и налагане на по-ефективен маркетингов инструмент, чрез който продуктите от региона на Природен парк „Странджа“ да бъдат по-конкурентноспособни на пазара. Целта е да отличи продукта от този на конкурентите и да засили възприятието за стойност и удовлетворението от преживяването. Поставен е акцент върху природната среда, културните и исторически забележителности в региона и тяхната интерпретация, доказаната грижа за клиента, чрез отговорно отношение и удовлетворяване очакванията на потребителя при спазване на принципите на отговорния маркетинг.

Фиг. 3.



**Сертифицирането включва 3 категории** туристически услуги и дейности. Категория *„Настаняване и хранене“* обхваща предоставянето на туристически услуги в средствата за подслон, местата за настаняване и в заведенията за хранене и развлечения. Категорията *„Атракции“* съчетава предлагане на допълнителни туристически и други, свързани с туризма услуги, фокусирани върху местната природна и културна среда или природна забележителност, с постоянна инфраструктура. Категория *„Туристическа обиколка“* представлява предлагане на преход с или без водач, с цел наблюдение и общуване с природата и културно-историческото наследство.

Въвеждането на бранда има за цел налагане на високи стандарти за качеството, повишаване конкурентноспособността и пазарните позиции на туристическия продукт; реален принос на преки ползи за местната общност и природозащитата в региона; осигуряване на периодичен контрол върху качеството на обслужване и екологосъобразност. За постигане на максимален ефект е необходим ангажимент от всички заинтересовани страни.

От края на 2009 г. Българска фондация „Биоразнообразие“ изпълнява проект *„Сътрудничество за опазване на биоразнообразието и устойчиво местно развитие в Странджа планина“*. Проектът се изпълнява в партньорство с Дирекцията на Природен парк „Странджа“, Национален комитет по Про-



грамата „Човекът и биосферата“ на ЮНЕСКО, Директорат за управление на природата и Министерство на околната среда на Норвегия. Изпълнението му включва следните последователни стъпки: популяризиране на концепцията за биологичното разнообразие в Странджа и въвличане на основните заинтересовани страни в процеса на подготовка, включително прилагане на Регионална марка „Странджа“; създаване на GIS база данни и система за мониторинг на биоразнообразието и социално-икономическите характеристики на региона; екологично образование и обучение; подготовка на номинационния формуляр за Биосферен парк „Странджа“ и съпътстващата документация и подаването им до Секретариата на Програмата по официален път.

Добри практики на прилагане принципите на отговорния туризъм с отношение към природата и местните общности има вече и в отдалечени и слаборазвити райони в различни части на страната. Някои от тях са в по-напреднал етап на развитие и включват широк кръг заинтересовани страни, докато на други места се полагат първите успешни стъпки в тази посока.

Слабо развит район, обезлюден и отдалечен от големите административни центрове е района на Маджарово. Районът започва да добива популярност след изграждането по българо-швейцарска програма през 1996 г. на **природозащитен център „Източни Родопи“**. Центърът се стопанисва от Българското дружество за защита на птиците (БДЗП) и представлява уникален по рода си туристически обект, който разполага с три стаи за гости, механи, интерактивна експозиция, детски кът и изградени в близост укрития за наблюдение на птици. За посетителите се предлагат богат набор от услуги: предоставяне на велосипеди под наем, коне за езда, плаване по река Арда и яз. Ивайловград, продажба на сувенири, планински преходи по маркирани маршрути с водач, подхранване на лешояди, образователни дейности, богата колекция от „караоке“ песни и филми за вечерни прожекции. Разработени са и конкретни туристически продукти: 4 км тур с акцент върху наблюдаването на редки видове растения и животни; 4-дневен приключенски конен тур, комбиниращ наблюдение на редки видове птици, местни породи животни, жили с полускъпоценни камъни и посещение на култовите места на древните траки; 4 маркирани веломаршрута в района с различна степен на трудност; едnodневни посещения на Центъра за ученици, включващи разглеждане на експозицията и разходка по интерактивната пътека, спускане с каяци по р. Арда и рафтинг турове. За водачи за велосипедите и лодките са обучени и се ползват местни хора.

Сред средствата за настаняване и местата за подслон се открояват **селска къща за приключения „Дивата ферма“** в с. Горно поле, която освен настаняване предлага родопски специалитети и богат набор от тематични програми и допълнителни услуги, както и **гостоприемница „Тракийска къща“** в с. Бориславци, известна с характерната си битова атмосфера и разнообразни едnodневни и полудневни турове. Сред туристическите атракции

спадат **ювелирно ателие** за обработка на скъпоценни и декоративни камъни в гр. Маджарово и **таханджийницата**, с. Бориславци, предлагаща демонстрация на пълния технологичен процес за производство на сусамов тахан, дегустация на тахан с мед, домашни сусамки и билков мед.

Продуктите се предлагат от специализирани туроператори, сред които „Габи тур – с основен акцент върху тематични програми и приключески турове в Източни Родопи; „Неофрон“, регистриран от БДЗП и специализиран в предлагането на програми за наблюдение на птици; „Байкария“ – за велотуризм и др. Създадена е и туристическа асоциация „Маджарово“, която работи за подобряването, разнообразяването и маркетинга на туристическия продукт в района. Продуктът, онлайн рекламата и включването на Маджарово в международния Rough Guide, са довели до 30 % увеличение на посетителите само за първата година. От няколко години се реализира успешно Проектът „Новото тракийско злато“ с трите си компонента: *Дива природа и биоразнообразие*, *Биологично земеделие* и *Устойчив туризм*, които се съчетават и допълват успешно по между си.

Началото на успешни туристически практики е поставено и в Добруджа. Новатори са собствениците на къща за гости „Добруджанска Зимница“ в с. Зимница, община Крушари, които на по-късен етап организират ежегодни събития като Празник на гърнетата, Празник на добруджанското вино и др. Селото се намира в защитена зона „Суха река“ и в европейската екологична мрежа NATURA 2000, с добра транспортна достъпност на 45 км от Добрич, 95 км от Варна и 10 км от румънската граница. Раазположено е в близост до каньона на Суха река и язовир Оногур, в район с пещери, скитове, църкви и скални манастири, останки от римски и византийски крепости, тракийски светилища и етническо разнообразие на местното население. В миналото в селото и околностите му е имало над 500 къщи, около 2 000 жители, фурна, магазин, училище, читалище, футболен отбор и пионерски лагер. Днес има не повече от 10 постоянно живеещи.

**Проектът „Добруджанска Зимница“** е създаден с цел да развива селски, екологичен и културно-исторически туризъм в Добруджа. Къщата е избрана в район богат на ресурси, които са непознати, неосъзнати и не използвани от местните хора. Стремешт е да се съхрани максимално стила на добруджанския тип къща с автентична атмосфера, с аранжирани стари предмети от селския бит, малък двор със овощни дървета, зарзават, цветни лехи, като същевременно на гостите се предоставят обичайните за града битови удобства. Акцентира се на традициите на българската национална кухня, домашно приготвените местни ястия и напитки, автентична атмосфера. Предлагането на допълнителни услуги е насочено към: екскурзоводско обслужване, велотуризм, разходка с каручка, туристически полети над района с 4-местен и 12-местен самолет, беритба на сезонни плодове, зеленчуци и билки, възможност за закупуване на продукти, произведени от селски стопани, организи-

ране на фирмени и семейни тържества, празници и чествания, походи, пикник в гората, обучения, пленери, тиймбилдинги, тренингите на корпоративни клиенти, фотовакации, фестивали и др. Туристическите продукти, включват предоставяне на възможности за пещерен, велосипеден, конен, трекинг туризъм, скално катерене, делтапланеризъм, гребане с лодки от средновековната крепост Палматис, която се намира на единия край на яз. Оногур до крепостта Алдина – разположена на другия му край. На 15 км се намира частно летище, което предлага разходка из района. Интересът е все още слаб, главно от преминаващи румънски туристи.

Къщата за гости е отворена за посетители от две години и половина. Преобладаващи са посещенията на българи със специални интереси. До момента липсва интерес от страна на масовите туристи от морските курорти. Повечето туристи идват с цел приключенски и културно-исторически туризъм, включващи разходка из каньона на Суха река и прилежащите крепости и скални манастири. Значителен пазарен сегмент представляват и гостите, желаещи да опитат домашната добруджанска кухня. Посещаемостта е от ранна пролет до късна есен. Гостите са предимно жители на големите градове, уморени от забързаното ежедневие, трафика, стреса, хладните делови отношения, отчуждеността. Алтернатива на градския начин на живот те намират в простора и прохладата на селската къща, неподправената природа, автентичната атмосфера, домашно приготвените ястия и напитки, гостоприемството на стопаните и местните хора. Усилията са насочени не само за популяризиране на изключителната природна красота на района и привличане на туристи, но и за разнообразяване живота на местното население. На лице е активно партньорство с читалищата в Добруджа – канене на занаятчийски, самодейни фолклорни състави и т.н. За периода на експлоатация на обекта са отчетени 2500 едnodневни посещения, което е своеобразно постижение за едно от най-изоставените села в Добруджа. Настаняване в района се предлага само в още една къща за гости в с. Безмер, община в Тервел. Друг интересен обект е Чобан махала с. Каменци, община Кайнарджа на 20 км от „Добруджанска Зимница“.

**Празникът на гърнета** е уникална по рода си инициатива, предприета от собствениците на „Добруджанска Зимница“, която събира участници от различни краища на Добруджа. Атрактивното събитие е посветено на популяризирането на кулинарния феномен, характерен за региона на Добруджа, като най-важният елемент е да не се допусне изчезването на типични за региона продукти и ястия. Фестивалът е насочен към местното население, гости на региона, туристи и има за цел да промотира домашно приготвени ястия и напитки, приготвени от продукти, характерни за различните сезони, както и свързани с крайдунавската и черноморската кухня. Условието за участие включват представяне с домашно приготвено ястие, поднесено в глинено гърне, чувен или тава и подредено на общата трапеза. Ястията могат

да бъдат от категория основни, супи и чорби, десерти, салати, предястия и следястия, тестени изделия, варива, печива, разядки, сладка, зимнина. Повече от 150 участници се включват ежегодно в кулинарния фестивал. По традиция присъстват представители на различните етнически групи от региона на Добруджа – българи, турци, цигани, татари, румънци, липовани, които заедно представят добруджанската местна кухня. Кулинарната изложба – дегустация има конкурсен характер за фестивала, а специално жури прецизно оценява най-оригиналните автентични ястия. За отличените участници са предвидени грамоти и много предметни награди, осигурени от спонсори.

През ноември 2012 г. стартира **конкурс за детски рисунки на теми „Гозби в глинени гърнета“** и **„Етносите на Добруджа“**. Целта на конкурса е да провокира интереса и да насочи вниманието на подрастващите и обществото към историята и етнографията на добруджанския край. На 2 февруари 2013 г. „Празник на гърнетата“ и Българска асоциация на сомелиерите и виноценителите, в партньорство с MALL VARNA, организират **Празник на добруджанското вино**. Предстои и реализация на проект за формиране на т.нар. **агротуристическа зона в Централна Добруджа** и създаване на крайречен ландшафтен парк „Суха река“ Инициативата е на Българска асоциация за екологичен и селски туризъм (БАСЕТ) и включва използване на интегрирания подход от няколко специализирани вида туризъм, включени в общ продукт. Например: посещения на ферми, организиране на базари за продажба на домашна селскостопанска продукция и възможност за директно закупуване на изделия от местното население, бране на плодове и зеленчуци според сезона и др. По този начин районите се определят като агротуристически.

Тези примери доказват, както значението на защитените територии и бранда за устойчивото развитие на туризма, така и ролята на предприемачеството и установяването на партньорства на местно равнище. Важна част от продуктовата политика се явява диверсифицирането на туристическия продукт, чрез предлагане на разнообразни допълнителни услуги, включително и от събитийен тип.

Развитието на отговорен туризъм в България е свързано също така и с редица пречки. Липсата на ясни критерии за качество, контрол, цялостна визия и стратегия на туризма е предпоставка България да се възприема предимно като традиционна дестинация за евтин масов туризъм. На все повече места в страната пейзажът е нарушен от загрозяващите белези на урбанизма. Опазването на ресурсите изисква извършване на комплексна оценка и определяне на оптималния рекреационен капацитет на курортите. Вместо това презастровяването вече е факт не само по черноморското крайбрежие и планиските климатични курорти. Все по-чести са случаите на нарушаване на законодателството и посегателство на ценни природни ресурси в защитените територии. Липсват ясно разпознаваем имидж на България като туристическа дестинация за специализирани видове туризъм и ясна рекламна политика. Целевата ре-

клама на продукта в чужбина е незадоволителна. Опитите за разработване на новото лого и бранд България претърпяха катастрофални резултати. За успешно промотиране са необходими разнообразни способности като разработване и разпространение на информационни и на рекламни материали, провеждане на и участие в семинари, кръгли маси, конференции, туристически изложения и други PR, рекламни и маркетингови кампании и инициативи. Необходима е ясна визия, общинска и регионална туристическа продуктова политика, съобразена с демографските тенденции и възможностите за повишаване на професионалните компетенции и езиков капацитет на местните кадри, чрез формите на традиционното образование или организиране на специализирани курсове и заимстване на добри практики от страната и чужбина. Слабата координация между институциите и останалите заинтересовани страни налага взимането на нови решения за формиране на последователна и координирана политика на широк кръг заинтересовани компетентни органи за създаване на подходящи условия за развитието на продукта, както и подобряване на механизмите на взаимодействие между институциите, бизнеса и неправителствения сектор на национално, регионално и местно ниво. Нормативната уредба не насърчава достатъчно предприемачеството и в някои случаи е в ущърб на дребния и средния бизнес. Значителна част от формиращите се дестинации са част от бедни, обезлюдени, слабо развити райони, характеризирани се с недостиг на квалифицираните туристически кадри и лошо качество на транспортната инфраструктура. Наличието на множество краткосрочни проекти води до развитие „на парче“ без дългосрочна визия за региона.

Въпреки недостатъците и проблемите, адаптирането на различни европейски критерии за качество и утвърждаването им в национален мащаб са първите стъпки за прилагане концепцията на отговорния туризъм, повишаване качеството на туристическия продукт и привличане на платежоспособни туристи. Положителните резултати, свързани с регионалното развитие и участието на местните общности в предлагането на основни и допълнителни туристически услуги, съхраняването на традициите и генерирането на приходи „на място“ доказват, че това е пътят на България за стратегическо развитие на туризма.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Алексова, Десислава. 2011. Отговорният и солидарен туризъм – път към Човека и съприкосновението с него. In: Туризмът – предизвикателства в условията на икономическа криза: Сборник статии. Икономика. Нов български университет, София, pp. 481-493. ISBN 9789545356421.
2. Алексова, Десислава. 2011. Природозащитен център „Източни Родопи“ – обект за орнитоложки, образователен и екотуризм. In: Възможности и проблеми за разви-

тието на алтернативните форми на туризъм в малките селища: Научно-приложна конференция с международно участие: Сборник доклади = Opportunities and Problems for Alternative Forms of Tourism Development in Small Villages. Академично издателство при Център за евроинтеграция и култура, Пловдив, pp. 97-106. ISBN 9789549498622.

3. Алексова, Десислава. 2011. Регионална марка „Странджа” – предпоставка за повишаване на качеството и развитие на устойчив туризъм в природния парк. In: Сборник с доклади от научната конференция на тема: Туризмът – състояние и перспективи, 25 и 26 февруари 2011 г., Пловдив. Колеж по икономика и администрация, Пловдив, pp. 89-102. ISBN 9789549277616.
4. Авторски колектив под общата редакция на Л. Попйорданов. 2010. Устойчив и отговорен туризъм. Добри практики от Франция и България. ИК „Одисея Ин”. 7-97. ISBN 978-954-92206-3-6.
5. <http://www.baatbg.org/>
6. <http://www.moew.government.bg/>
7. <http://www.bbf.biodiversity.bg/>
8. <http://www.zimnitsa.bg/>
9. <http://www.europarc.org>