

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ
„СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ГЕОЛОГО-ГЕОГРАФСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА ГЕОГРАФИЯ НА ТУРИЗМА

ФАБИО КОТИФАВА

**РЕГИОНАЛНИ ФАКТОРИ ЗА УСТОЙЧИВО ТУРИСТИЧЕСКО
РАЗВИТИЕ (КАЗУСИ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ, РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЯ И РЕПУБЛИКА СЪРБИЯ)**

АВТОРЕФЕРАТ

**на дисертация
за присъждане на образователна и научна степен
„ДОКТОР“ по професионално направление
Науки за земята – География на рекреацията и туризма**

БЪЛГАРСКИ ЕЗИК

ДОКТОРАНТ:
Фабио Котифава

НАУЧЕН КОНСУЛТАНТ:
проф. дгн Мария Воденска

СОФИЯ

2014

Дисертационният труд се състои от: Увод (... страници), основен текст в ... глави (общо ... страници), Заключение (... страници), ... приложения (... страници) и списък на използваната литература (... страници). Основният текст съдържа ... таблици, ... фигури, ... схема, ... диаграма и ... графики. Списъкът на използваните литературни източници се състои от ... заглавия.

Защитата на дисертационния труд ще се състои наотч. в залана СУ „Св. Климент Охридски”.

Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се в деканата на ГГФ, стая 254 (северно крило), СУ „Св.Климент Охридски”, бул. „Цар Освободител” № 15.

Катедра „География на туризма”

Софийски университет „Св. Климент Охридски“
Геолого-географски факултет
Катедра География на туризма

Фабио Котифава

**РЕГИОНАЛНИ ФАКТОРИ ЗА УСТОЙЧИВО ТУРИСТИЧЕСКО
РАЗВИТИЕ (КАЗУСИ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ, РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЯ И РЕПУБЛИКА СЪРБИЯ)**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация
за присъжданена образователната и научна степен
„ДОКТОР“ по професионално направление
Науки за земята – География на рекреацията и туризма

Научен консултант:
проф. дгн Мария Стаматова Воденска

Научно жури

Резерви

Рецензенти:

София
2014

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита на заседание на катедра „География на туризма” при Геолого-географски факултет на СУ ”Св.Кл.Охридски” на 2014 г.

Автор: Фабио Котифава

Заглавие: Регионални фактори за устойчиво туристическо развитие (казуси в Република България, Република Македония и Република Сърбия)

Тираж: бр.

Отпечатан в Печатна база
на

ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящият текст включва следните части:

- *изследването, което представя основните характеристики и понятия, свързани с настоящето проучване;*
- *литературен преглед на основните литературни източници за икономическото измерение на устойчивостта;*
- *история и основи на изследването и методология, включващи основните дефиниции и понятия, използвани от автора за развитието на това проучване, както и на приложената методология;*
- *теоретичен модел, показващ предложените мерки за достигане на целта на изследването;*
- *сфера на научното изследване, представляща проучените зони и туристически дестинации;*
- *данни и анализи, представящи, обясняващи и анализиращи резултатите от конкретното изследване, а така също, представящи сравнение между представената ситуация и теоретичния модел;*
- *заключение, включващо констатациите от изследването, предложения и препоръки.*

1. ИЗСЛЕДВАНЕТО

1.1 Причини за избора на тази тема

Има поне три причини, които са убедили автора да работи върху тази тема:

- **първата причина** е свързана с абсолютната убеденост, че икономическото развитие трябва да разпространи положителното си влияние във всички области, което зависи само от малките местни фирми. Икономическото развитие и оцеляване на малките селски населени места, както и благосъстоянието на местните жители, е цел, която не принадлежи към стратегията на големите компании и е невъзможно да се постигне, когато именно те са основните участници в националния туризъм;
- **втората причина** е свързана с идеята, че устойчивото развитие е човешка потребност и задължение на всеки. Естеството на всяка времева фаза е резултат от развитието на предхождащите отделни фази, подлежащи на постоянно динамично движение. От това следва, че бъдещето ще зависи от настоящите действия, свързани със съхраняването на ценностите и наследството, които ще

бъдат на разположение на бъдещите поколения. Основните и естествени защитници на запазването на териториите са малките местни предприемачи. Поради тази причина и бъдещето на местната общност ще зависи от значението, което се придава и ролята в управлението на туризма на местните малки предприемачи. Съществува пряка връзка между опазването на местната туристическа идентичност и развитието/оцеляването на местния туристически бизнес.

- **третата причина** произтича от личен опит, свързан с малко село близо до Сараево, което накара автора да си зададе някои въпроси: може ли това село да оцелее и да се развива без обществена подкрепа? Кои са икономическите условия, които биха превърнали устойчивостта в истинска бизнес възможност?

1.2 Резюме на изследването

Най-надеждните дефиниции за устойчиво развитие на туризма фокусират основната цел на устойчивостта като начин за запазване на природни, социални, културни и други ресурси, с цел да се гарантира тяхната икономическа разработка от бъдещите поколения. Въпреки това бъдещите поколения ще бъдат резултат от сегашните, по отношение на оцеляване, развитие, както и на приетите от тях решения и стратегии. Поради тази причина е необходимо да се съсредоточим върху проблемите, свързани с настоящите поколения, преди бъдещите такива, което да им позволи приемането на устойчиви стратегии в съответствие с тяхното социално развитие и икономическо удовлетворение.

Въпросното изследване се основава главно на следната дедуктивно разсъждение: *устойчивите предприемачи имат икономическо несъответствие/различие по отношение на фирмите, работещи в традиционния туризъм, което води до намаляване на тяхната доходност и това сериозно подкопава тяхното развитие и / или оцеляване. Ако въведем интервенции с цел елиминиране на това несъответствие, печалбата на устойчивите компании ще се увеличи, а с нея и способността им да се развиват и / или оцеляват.*

Цели на изследването:

- разработване на модел за устойчиво развитие на туризма на базата на идеята, че предприемачите в устойчивия туризъм са засегнати от икономическо несъответствие;
- разработване на хипотеза за естествената тенденция на сътрудничество и отношения между местните участници, с цел да се дадат предложения за бъдещо публично местно планиране;
- да се идентифицират и анализират факторите, най-вече на икономическите такива, които дават възможност за регионално устойчиво развитие на туризма;

- да се дадат решения относно липсата на информация и проучвания за икономическите характеристики и потребностите на малките местни туристически предприятия.

Научни хипотези:

- изследваните местни предприемачи в туризма са наистина подложени на цитираните икономически несъответствия;

- изследваните ситуации показват общи точки или аспекти с представения теоретичен модел;

- приложението на информацията от проведеното анкетно проучване към представения теоретичен модел има положителни ефекти върху изследваните предприемачи.

Изследователски задачи:

- да се проучат известните литературни източници, за да се открият и изяснят основните проучвания относно икономическите аспекти на дейността на малките местни предприемачи в туризма;

- да бъде предложен теоретичен модел, за да се определят икономическите допускания за прилагане на устойчиви практики от страна на малките местни предприемачи в туризма;

- да се използва проучване на определен казус, за да се провери на място съвместимостта между предложените икономически мерки и изследваните области, както и положителните ефекти от тези мерки върху изследваните предприемачи;

- да се разработи графичен метод, за да се покажат и анализират отношенията между публични и частни обекти, области и мерки;

- да се анализират причините за съществуващите икономически бариери за прилагане на устойчиви практики от страна на малките местни предприемачи в туризма;

- да се допълнят познанията за икономическите характеристики и потребности на малките местни предприемачи в туризма;

- да се направи сравнение на икономическите характеристики и потребности на малките местни туристически предприемачи от три различни държави;

- да се използват констатациите и резултатите за разработване на предложения и препоръки.

Обект на изследване са десет туристически дестинации в България, Република Македония и Сърбия. Допълнителни обяснения за дестинациите и държавите са дадени в гл. 5 от дисертацията.

Предмет на изследване е анализът на устойчивото развитие на туризма на тези три страни. По-специално това изследване проучва с особен акцент икономическите аспекти, някои туристически дестинации в селските райони и най-интересните и важни местни туристически предприятия.

Изследователски метод - това проучване поради неговата сложност е основано както на количествен, така и на качествен подход. Поради тази причина авторът използва анкетно проучване (количествено) и някои полу-структурирани интервюта (качествени). Получената количествена и качествена информация беше допълнително обработена и анализирана, за да се очертаят характеристиките на изследваните предприятия, съществуващите взаимоотношения между частни и публични субекти, както и обществената подкрепа за развитието на местния туризъм.

2. Преглед на литературата

Анализът на литературата се фокусира върху икономическите аспекти, свързани с темата на това изследване, чиято цел е да се проучат икономическите предпоставки за развитието на устойчив туризъм, което означава да се обясни приносът на тези публикации в развитието и / или оцеляването на местните малки предприятия. През 80-те години бе поставено началото на отчитането на щетите, нанесени на околната среда от туризма, който до шейсетте години се счита за "бездимна индустрия". За да се противопоставят на тенденциите за масовия туризъм, от средата на осемдесетте години институции и отделни страни започнаха да разработват програми и документи, очертаващи принципите на устойчивото развитие.

През 1987 г. докладът Брунтланд е основата за дефиниране на устойчивия туризъм от СТО. Някои други определения за устойчив туризъм и много дебати за това между повечето представители на научната общност (например Butler, 1998-9 и Sharpley, 2000) и международните институции характеризират ситуацията през следващите години. До момента този дебат не е довел до широкоприета дефиниция за устойчивото развитие на туризма (Mowforth и Munt, 2009 г.) и много въпроси все още са отворени, особено икономическите. Сред тях е и основният въпрос, дали устойчивостта е начин за увеличаване на печалбата (Higgins и Desbiolles, 2009 г.) или е морален дълг (Javis, Simcock и Weeden, 2010 г.).

С течение на времето са били предложени множество повече или по-малко признати и приети дефиниции за устойчив туризъм от основни автори и на различни академични форуми. Накратко те очертават концепция, чиито характеристики могат да бъдат синтезирани, както следва:

- икономическата ценност за всички участници
- времетраенето и продължителността на икономическата ценност

- опазването на околната среда

- закрила и отговорност към обществото и към културните ценности на района

Според тази концепция очевидно са необходими силни мерки в подкрепа на оцеляването и развитието на устойчивите местни предприемачи. Вместо това, към днешна дата, повечето от съществуващите изследвания са съсредоточени върху аспектите, които касаят местната общност и опазването на околната среда. Разбира се, настоящата литература въвежда някои важни и интересни пункта, някои от тях цитирани по-долу във връзка с основните принципи на идеята на автора, но може да се твърди, че от икономическа гледна точка техният принос за оцеляването и развитието на местния бизнес не е бил достатъчен. Местните малки предприятия се считат от много автори за движещи сили на местното развитие, но техните икономически нужди са споменати само в няколко публикации, които в никакъв случай не включват конкретни мерки за подпомагане на устойчивите предприемачи. В момента голяма част от научните изследвания са насочени към социалните, културни и екологични аспекти на устойчивото развитие и икономическите изследвания често са ориентирани към общността като цяло, без достатъчно внимание и грижа за потребностите на малките местни фирми, които представляват основата на устойчивото развитие на туризма. Дори, въпреки че устойчивият туризъм е важен за местната икономика на селските райони, проучването на икономическите потребности и предпоставки на местния бизнес все още остава сравнително пренебрегвано от много изследователи. Разбира се, някои автори са изследвали този проблем и някои проучвания съществуват, но те не са толкова задълбочени и подробни както тези за другите аспекти на устойчивостта (Dodds and Buther, 2009, Landrum and Edwards, 2009, Robert and Tribe, 2008), и т.н. Отново, повечето от литературните източници споменават трите основни измерения на устойчивостта в бизнеса: икономически, социални и екологични (Figge and Hahn, 2006), но анализът често се ограничава до тези, свързани с околната среда (Robert and Tribe, 2008).

Изследваните статии са разделени в две категории:

- **управленски ориентирани** - включват автори, които са писали за общите аспекти на устойчиви фирми, както в сферата на управление, така и за вътрешна структура, организация и т.н.;
 - (Dodds and Joppe, 2005 г.), прилагането на устойчиви практики зависи от няколко аспекта, между които тези, свързани с характеристиките и ограниченията на предприемача са много важни;
 - (Kernel, 2005 г.), устойчивостта не е бизнес стратегия, а нов стил на живот, който, разбира се, включва социални и етични аспекти и интеграция в общността;
 - (Larson, 2000), устойчивите бизнес практики имат положително

- въздействие върху управлението, особено когато те са напълно интегрирани в стратегията на бизнеса;
- (Landrum и Едуардс, 2009 г.) и (Блекбърн, 2007 г.), устойчивостта трябва да бъде разглеждана от лицата, участващи в бизнеса, като основа на фирмения процес и която следва да бъде наблюдавана в бъдеще;
 - (Dewhurst и Thomas, 2003), прилагането на устойчиви практики често е възпрепятствано от липсата на готовност на предприемачите и техните служители да преминат през процеса на промяна: личните нагласи представляват най-сериозните пречки за промяна в бизнеса;
 - (La Lora и Day, 2011), предприемачите добре знаят, че въвеждането на нови техники, включително в управлението, обикновено отнема много време и често води до големи / нови проблеми във вътрешната организация;
 - (Le и Hollendshrt, 2005 г.), ако служителите не разбират ползите от устойчивостта, промените настъпват по-бавно;
 - (Butler, 2009 г.), развитието на устойчив туризъм изисква тясна координация с други сектори, включително данъчно облагане, трансформация, жилищно строителство и благоустройство, социално развитие, опазването на околната среда и управление на ресурсите.
- **ориентирани към печалба**, които за разлика от предишните, включват статиите за икономическите аспекти на тези фирми, като разходи, инвестиции, приходи и т.н. Към днешна дата има дебат сред основните автори, за причините за избора на устойчивостта, които могат да бъдат разделени на:
- *морално – етични причини*
 - (Tzschentke 2004 г.) и (Jarvis, Simcock и Weeden 2010), прилагането на устойчиви бизнес практики е зависимо от моралното желание за допринасяне за благосъстоянието на обществото;
 - (Bansal и Roth 2000) приемат идеята, че етичните критерии движат предприемачите към прилагането на устойчиви практики;
 - (Dewhurst и Thomas 2003), предприемачи, които прилагат устойчиви практики, често са движени от неикономически мотиви;
 - *икономически причини*
 - (Miller и Туининг 2005 г.), са писали за търговския интерес, свързан с устойчивостта;
 - (Figge и Hahn 2006), предприемачите допринасят за устойчивото развитие, само ако разходите са по-ниски от очакваните ползи;

- (Tzschentke 2004), една от основните причини за прилагане на устойчиви практики, е намаляването на разходите чрез увеличаване на оперативната ефективност;
- (Miller 2001), предприемачите не вземат отговорни инициативи, освен ако това не става икономически изгодно;
- (Landrum and Edwards, 2009), (Hobson and Essex, 2001) и (Hitchcock и Уилард, 2009 г.), търговският интерес и ползите от устойчивите практики, по-специално в сектора на настаняване, идват от намаляване на оперативните разходи;
- (Godfrey 1996 и Tosun 2001) , някои пречки в прилагането на устойчиви практики често зависят от краткосрочните цели, както на частни, така и на публични субекти;
- (Butler and Dodds, 2009), краткосрочното внимание е фокусирано върху потребностите на обществото от създаване на работни места и развитие чрез растеж;
- (Graci, 2010 г.), краткосрочните цели означават бърза икономическа печалба;
- (Haaland & Aas 2010) , краткосрочните финансови причини водят до избиране на лесни решения, но в дългосрочен план това може да работи срещу тях;
- (Swarbrooke, 1999 и Bohdanowicz, 2003 г.), високите разходи за технологии за енергийно запазване е сред основните пречки в прилагането на устойчиви практики;
- (Butler 2008), оперативните разходи могат да бъдат неутрални или по-малко скъпи от конвенционалните такива;
- (Bohdanowicz и Мартинак, 2003, Butler, 2008, La Lora и Day, 2011), прилагането и инвестициите в устойчиви бизнес практики са непосилно скъпи;
- (Tilley, 2000 г.), новите инвестиции в опазването на околната среда могат да не предоставят финансова възвръщаемост;
- (Jarvis, Simcock и Weeden, 2010 г.), спестяването на енергия и вода и т.н., най-често не означава по-ниски цени за устойчива почивка;
- (Le & Hollenhorst, 2005 г.), устойчивостта се разглежда от бизнеса като важен маркетингов инструмент.

Може да се заключи, че научната литература се фокусира главно върху

социалното и екологично измерение на устойчивостта, а икономическото е пренебрегвано. Един прост анализ на изследваните подходи очертава разглеждането на благосъстоянието на местната общност без връзка с развитието и оцеляването на местните малки предприятия, които са почти винаги забравяни от предложените мерки. Литературата и изследванията са богати на екологични, културни и социални измерения, като и малкото съществуващи проучвания за икономическия аспект на устойчивостта са почти винаги свързани с тях.

Съществуват само няколко приноса за икономическото измерение и те са свързани с общността, а не с малките местни фирми, като в същото време повечето от авторите ги смятат за водачите на местното туристическо развитие. Разбира се, това е едно противоречие: от една страна, те заявяват важноста на този тип субекти за местната икономика, а от друга страна, не отдават необходимото внимание на икономическото оцеляване на тези субекти. От икономическа гледна точка, характеристиките на устойчивостта водят до няколко проблема/ограничения за малките местни предприемачи, като три от тях имат голямо въздействие върху устойчивото развитие на туризма:

- *устойчивостта е дългосрочна стратегия*, устойчивостта се основава на дългосрочна визия, а визията на малкия местен предприемач е краткосрочна особено по отношение на икономическите измерения;
- *устойчивостта се нуждае от високи инвестиции, както в активи, така и в управление*. В част от литературните публикации се посочва, че тези инвестиции са ограничения, които не могат да бъдат преодолені от дребните предприемачи;
- *устойчивостта е начин да се запази колективното наследство*, опазването на околната среда, опазване на местната култура и т.н., но не може да бъде основната дейност за всеки тип фирма: може да бъде под формата на добро управление, или база на бизнес стратегията, но никога не може да бъде основната цел.

Във връзка с тези три точки, изследваната литература не дава каквито и да било решения: икономическите аспекти са разгледани като голяма пречка в развитието на устойчив туризъм, но не се предлагат никакви решения. Въпреки това, някои автори твърдят, че тези проблеми, свързани с първите две точки, съществуват, докато никой не обръща достатъчно внимание на последната точка, която, по мое мнение, представлява една от централните точки на въпроса. Целта на настоящото изследване е да даде своя принос в попълването на тази празнота и решаването на тези проблеми чрез анализ на икономическите характеристики на тези предприемачи и развитието на подход, който превръща устойчивия туризъм в печеливша икономическа практика.

3. Основи на изследването и методика

Авторът базира изследването си на следните теоретични основи. С оглед

постигането на по-лесно обяснение, те са разделени на основните дефиниции и документи за устойчив туризъм и икономическите теории и концепции.

Първата категория включва:

- (1987) Световната комисия за околната среда и развитието (WCED) - докладът Брунтланд;
- (1988) Световната организация за туризъм (WTO) предлага по-пълна дефиниция на устойчивото развитие на туризма;
- (1992), Agenda 21, срещата на върха в Рио де Жанейро;
- (1995) Конференция за устойчив туризъм в Лансароте;
- (1966) Доклад на СТО анализира основните принципи за устойчиво развитие, една година след тяхното въвеждане в известната Берлинска декларация;
- (1977) Международна конференция "Туризъм и устойчиво развитие в страните от Средиземноморския басейн"
- (1999) Световният Етичен Кодекс за Туризма;
- (2001) Международната конференция на устойчив туризъм в Римини;
- (2001) Публикация на ЕС "Подход на сътрудничество за бъдещето на европейския туризъм";
- (2001) VI Програма за действие на ЕС;
- (2002) Среща на върха за околната среда в Йоханесбург.

Чрез анализ на предложените определения става ясно, че независимо от факта, че чрез концепцията за устойчив туризъм не се представя нова форма на туризъм, която да бъде добавена наред с вече съществуващите варианти, то тя е рационално развитие на концепцията за алтернативен туризъм.

Втората категория включва:

- „чистата печалба“, която смята печалбата за основната цел за всички предприятия, Friedman, (1967) and Carr (1996);
- „мулти заинтересованите страни“, което прави запазването на интереса на заинтересованите страни по отношение на някои теми (като екологични и социални аспекти) една от основните задачи на бизнеса;
- „социалната насока“, която въвежда концепцията за отговорност, Sciarelli (2005 г.).

Въпреки тези различни подходи и нарастващото значение на социалните, етични и екологични аспекти в управлението, всички са съгласни, че печалбата е необходимо условие за оцеляването на бизнеса. Поради тази причина са необходими някои спецификации за тази концепция.

Печалба

По принцип, тя играе различна роля в управлението на масовия и устойчивия туризъм

Масов туризъм.

Масовият туризъм е форма на туризъм, създаден с цел да се транспортира и управлява голям обем от хора. Разбира се, големият брой изисква и по-голяма капиталова инвестиция. Според общоприети бизнес теории, предполагаемата основа на всяка форма на големите компании е максимизиране на печалбата.

Устойчив туризъм.

Масовият туризъм поради присъщите му характеристики не може да се проведе в среда, освен тази на големите търговски предприятия, но устойчивият туризъм може да бъде организиран и осъществяван от малки фирми, например семейни предприятия или агенции с нестопанска цел. Следователно печалбите поемат по-малко централно място в устойчивия туризъм. В този случай можем да използваме термина "нормална печалба" за обозначаване на печалбата, която е необходима и достатъчна да накара един предприемач да започне стопанска дейност или да продължи да я провежда.

3.1 Методология

Следните основни въпроси са ръководните принципи на настоящото изследване :

- От икономическа гледна точка, какви са основните пречки и проблеми на частните субекти за развитие на устойчив туризъм?

За отговора на този въпрос е необходимо проучване и анализиране на икономическите характеристики на местните малки туристически предприятия и техните области, както и на участието на публичните субекти в подкрепа на местното устойчиво развитие на туризма.

- Как може тези пречки и проблеми да бъдат решени или ограничени?

Според изследователската хипотеза, че малките местни предприемачи са засегнати от икономически различия и несъответствия, разумното решаване на проблема трябва да се фокусира върху увеличаване на приходите и намаляване на разходите на изследваните предприятия.

- Какви са индикациите за развитието на устойчив туризъм в бъдеще?

Прилагането на устойчиви практики се нуждае от подкрепа от страна на публичните и частните субекти.

Извадката

Според статистиката, за да се постигне качествена представителна извадка е необходимо добро познаване на популацията, тъй като без тази информация не е възможно да бъдат направени статистически изводи. Въпреки това, по отношение на устойчивия туризъм не е толкова лесно да се определи популацията, което се дължи на следните причини:

- липса на официални бази данни и списъци на предприемачи и частни лица, които

развиват устойчив туризъм, като основна своя стратегия;

- честото използване на устойчивия туризъм като търговски лозунг, което прави трудно разпознаването и идентифицирането на истинските устойчиви субекти;
- липса или недостатъчни познания за принципите, както и за концепцията за устойчив туризъм от страна на местните предприемачи;
- липса на регламенти (закони) в устойчивото развитие на туризма.

Поради тези причини е избрана извадка, която според своите характеристики и тези на изследваните области, както и според наличните ресурси, дава възможност да се извлече необходимата информация, за да се постигне целта на това изследване. Изборът на извадката се основава на анализа на необходимата информация и на субектите, които могат да я подадат, в съответствие с основните концепции и дефиниции на устойчивия туризъм. По-специално са изследвани следните категории: ресторанти, ресторант + стаи, хотели, къщи за гости, асоциации, етно-селища и други фирми. Във всички анкетирани села изследователите са разпределили анкетираните в стандартни респонденти и ключови участници в развитието на местния туризъм (основните заинтересовани страни), в съответствие с техните организационни активи и ролята, която субектът играе в селото и за развитието на местния туризъм.

Първични данни

Събирането на първични данни в настоящото изследване се базира на преки наблюдения, анкети и интервюта, които са били направени в периода от август 2011 г. до декември 2012 година. Според целите на това проучване и изложените концепции въпросникът за проучване е проектиран така, че да се извлече информация за:

- 1) общи характеристики на селата/общините, като население, съоръжения и т.н.
- 2) характеристики на местни обекти, свързани с туризма, като предлагани туристически услуги, човешкият фактор, структура на капитала, инвестиции и финансиране, оперативни разходи и т.н.
- 3) съществуващите частни и публични действия, като публична подкрепа, отношенията между публични и частни субекти, местното сътрудничество в туризма, сдружения и т.н.

Неговите основни компоненти са:

- 1) въпросник за основна информация за селото/общината;
- 2) анкетно проучване, базирано на местните предприемачи в туризма;
- 3) анкетно проучване, базирано на ключови участници в развитието на местния туризъм (заинтересовани страни).

Вторични данни

Авторът използва вторични източници на данни като: книги за управление, бизнес администрация, туризъм, банков сектор, уеб сайтове, официални документи/публикации, научни списания и Годишника на Софийския университет "Св. Климент Охридски "- (Департамент: География на туризма).

Контрол на данните

- във фазата на проектиране
 - избор на въпроси, характеризиращи се с
- ниска степен на субективност;
- лекота на разбиране;
- слаба необходимост от икономически знания;
- използването на сигурни и налични данни или информация;
- включване на конкретни въпроси, за да се прилага така наречената кръстосана проверка на данни
- в оперативната фаза, свързани със събирането на данни и информация;
- сравняване на отговорите от анкетите с информацията, която е получена при посещението на дестинациите и туристическите обекти;
- сравняване на отговорите на анкетираните частни субекти с данните, които идват от страна на публичните институции и местните власти, както и на информация от уеб сайтове, списания, брошури, местни туристически брошури.

Обработка и анализ на данните

Получената количествена и качествена информация е допълнително обработена и анализирана, за да се очертаят:

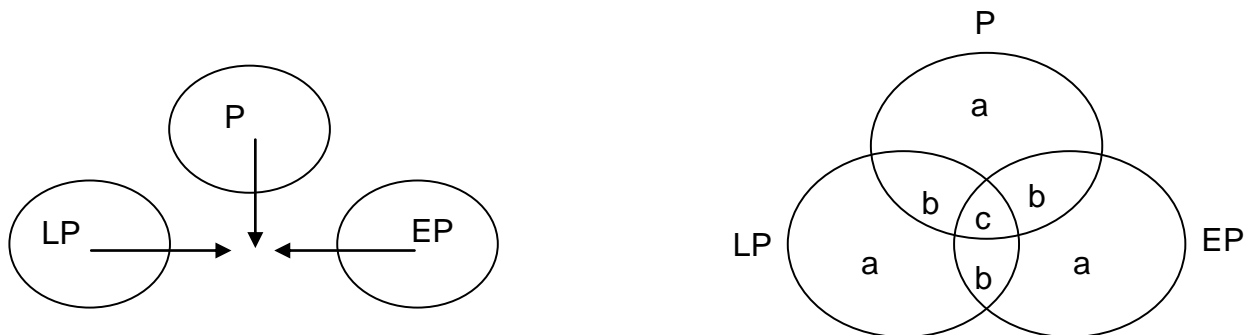
- характеристиките на изследваните предприятия, особено тези, свързани с техните инвестиции, финансиране, оперативните разходи, както и тяхното управление;
- съществуващите взаимоотношения между частни и обществени субекти;
- публичните мерки в подкрепа на развитието на местния туризъм.

Сегашната ситуация от областите, включително местните предприемачи, е сравнена с една хипотетична бъдеща тенденция на развитието на отношенията между субектите, участващи в туризма.

Представяне на данните

Това изследване използва следните методи за представяне на данни: таблици, фигури и така наречената „Диаграма на кръговете“, която могат да бъдат обяснена по следния начин. Един от най-важните и най-интересните аспекти на това изследване е

взаимоотношението между публичните и частните субекти, свързани с конкретни области и мерки – цялостната идея на дисертацията се изгражда около тази концепция. Необходимостта от представянето на тези връзки е осъществена чрез метод, базиран на фигури, вместо на таблици. Разбира се, няма ограничения за броя на слоевете и кръгове. Този метод включва три стъпки: избор на броя на необходимите кръгове или слоеве, натоварване на слоевете с техните мерки или аспекти и трансляция на слоевете един над друг, за да се покажат пресичащите се области.



Фигура (3-1) Транслация на слоевете

LP – местен публичен субект, EP – външен публичен субект, P – частен субект
 Фигурата дава следната интересна информация: **области а** включват мерките за сътрудничеството между частните и публичните субекти, **области b** включва мерките, които имат нужда от сътрудничество между два субекта (напр. LP и P, или EP и P) и в **области с** са включени мерките, които се нуждаят от всички три субекта заедно.

4. Теоретичен модел

Повечето изследователи са съгласни, че малките фирми и фирми на местно ниво играят голяма роля за инициативите за развитието на по-благоприятен бизнес за околната среда (Dewhurst и Thomas, 2003). Обаче икономическият аспект на устойчивостта се анализира от гледна точка на макроикономиката и почти няма изследовател, който да разглежда въпроса като проблем на микроикономиката. Според проучената литература тази връзка се влияе от някои противоречия, които могат да бъдат обобщени по следния начин:

- всички са съгласни, че малките туристически предприемачи се характеризират с ниски финансови ресурси и знания, както в икономическите, така и в техническите области. В същото време опитът показва и в голяма част от литературата се посочва, че прилагането на устойчиви практики се нуждае от високи ресурси, добри познания и т.н.;
- всички са съгласни, че малките туристически предприемачи са двигателите на

развитието на местната икономика. В същото време съществуващите проучвания не дават достатъчно данни за икономическите характеристики и нужди на тези субекти;

- всички са съгласни, че целта на бизнеса е печалбата. В същото време устойчивият предприемач е фокусиран главно върху опазването на общественото наследство, което принадлежи към публичната функция.

Всичко това води до икономическо несъответствие/вредата за устойчивите предприемачи. Тази разлика може да бъде преодоляна само чрез координирана система от взаимоотношения между публичните органи и частните оператори, способни както справедливо да разпределят "цената" на устойчивостта между някои други субекти, също намиращи се извън изследваната област, а така също да оптимизират използването на различните приноси, които са от съществено значение за успеха на малките местни фирми. Отговорът на тези въпроси помага да се намерят икономическите предпоставки за развитието на устойчивия туристически предприемач.

4.1 Защо дребният туристически предприемач трябва да бъде подкрепян

Развитието на местната икономика зависи от малките местни предприемачи и прилагането на устойчиви практики. За прилагането на устойчиви практики, а и за самото им оцеляване, тези предприемачи трябва да решат някои големи проблеми, които зависят и от двете им ограничения в управление, налични ресурси и т.н., и тежките икономически последици, свързани с изискванията за устойчивост. Без външна подкрепа ще се окаже много трудно за тези предприемачи да постигнат тази цел. Устойчивостта, насочена към запазване на културните и природните ресурси, разпростира своите последици извън разглежданата територия: запазването на природен парк, местни традиции и стара архитектура могат да бъдат ценна нова възможност за създаване на работни места и начин за местно развитие, но също така те са положителен опит и културен растеж за всички посетители. Следователно може да се каже, че устойчивостта е насочена към обществените интереси, оттам и нейната функция принадлежи на обществената сфера. От гледна точка на бизнес икономиката, печалбата е основната цел на фирмата, която е основана, за да се правят пари, а не да запазва местната култура и традиции, природни красоти и т.н., с други думи, за да развива публична функция. Тези съображения водят до следните изводи:

- устойчивият предприемач използва приноси и суровини, които не са свободни, защото те са част от защитата на по-високи колективните интереси;
- устойчивият предприемач не може да развива бизнеса си с помощта на същите правила и условия на "стандартни" фирми, които работят в свободен пазар;
- устойчивостта постига обществен интерес, следователно устойчивият

предприемач развива публична функция.

Отново, много автори посочват, че прилагането на устойчиви практики се нуждае от високи финансови ресурси за нови инвестиции, добри познания в техническите области и управлението, тези практики често означават високи оперативни разходи поради сложността на участващите техники. Според тези съображения, от икономическа гледна точка, устойчивостта въвежда нови пречки и загуби в оцеляването и развитието на малките местни фирми, както и ограничения в приходите, дължащи се на добре познатия капацитет на натоварване. Ограниченията в приходите, по-високите оперативни разходи поради сложността в управлението и лихвените проценти, проблемите, свързани с големи инвестиции (банкови заеми и гаранции), по-ниската гъвкавост и високият бизнес риск водят до формулирането на следния извод: устойчивостта налага на "устойчивите предприемачи" икономическо несъответствие/ущърб и загуби в сравнение със "стандартните предприемачи".

4.2 Кой трябва да подкрепя устойчивия предприемач

Всички публични и частни субекти, както и предприемачите имат полза от опазването на околната среда, запазването на културните и местните традиции, развитието на местната икономика. С две думи всички частни и публични субекти трябва да бъдат включени в мерките за подкрепа на устойчивостта. Според обществената функция на устойчивостта, всички субекти, както вътрешни, така и външни за определена област, трябва да дадат своята подкрепа. Опитът показва, че понякога предложените решения или предложения са свързани само с част от проблема: често те идентифицират проблем и ограничават своите предложения до конкретни аспекти на въпроса. Поради тази причина, теоретичният модел се налага да изследва следните аспекти:

- мерките за решаване на цитираните икономически несъответствия;
- как да се намерят необходимите ресурси;
- как да се получат максимални положителни ефекти от наличните ресурси, за да се намерят най-добрите икономически предпоставки за развитието на малкия туристически предприемач и прилагането на устойчиви практики

4.3 Мерките

Тези мерки са оправдани от следните съображения: ако устойчивият предприемач развива публична функция, той трябва да бъде платен като всеки, който върши работата на другите. Поради тази причина, тези мерки не са просто подкрепа, а са заслужена награда за туристическите фирми, които работят в услуга на цялото общество. С цел да се класифицират различните действия, могат да се разгледат следните категории:

- мерки за увеличаване на печалбата на устойчиви туристически предприемачи чрез

намаляване на техните разходи и увеличението на приходите им;

- мерки, които позволяват развитието на необходимите инвестиции. Опитът показва, че прилагането на устойчиви практики често се отхвърля от туристическите фирми поради липсата на собствени ресурси (финансови и човешки) и трудностите при получаване на банкови заеми.

Публичните и частните мерки, които трябва да бъдат взети, за да се намали икономическото несъответствие на устойчивите предприемачи, са показани в следващата обща схема :



Фигура (4-1) Обща схема

4.4 Как да намерим необходимите ресурси

С две думи най-добрият начин да се намерят необходимите ресурси включва няколко мерки, най-вече въз основа на:

- туристическа такса за устойчивост
- *Национална такса за туристите / клиентите на масовия туризъм.* Участието на тези туристи в подкрепа на устойчивите предприемачи се основава на положителните ефекти, получени от устойчивостта в района, които са предимство за цялата туристическа индустрия. Дори клиентът на масовия туризъм има ясна полза от прилагането на местни устойчиви практики, защото пътуването не е просто сумиране на туристически услуги, то винаги включва местното наследство, като например природни красоти, културни традиции и т.н.
- *Национална такса за местни фирми и доставчици на устойчивите предприемачи.*

Местната икономика получава големи ползи от устойчивостта. Както местните фирми, които са пряко свързани с устойчивия предприемач и други такива могат да имат добри икономически възможности вследствие местното прилагане на устойчивостта. Една малка такса, свързана с част от това предимство може да се счита за правилна.

- специфичното възстановяване на ресурсите от някои публични субекти (система за трансфер);
- сътрудничеството и отношенията между публични и частни субекти.

4.5 Системата за трансфер

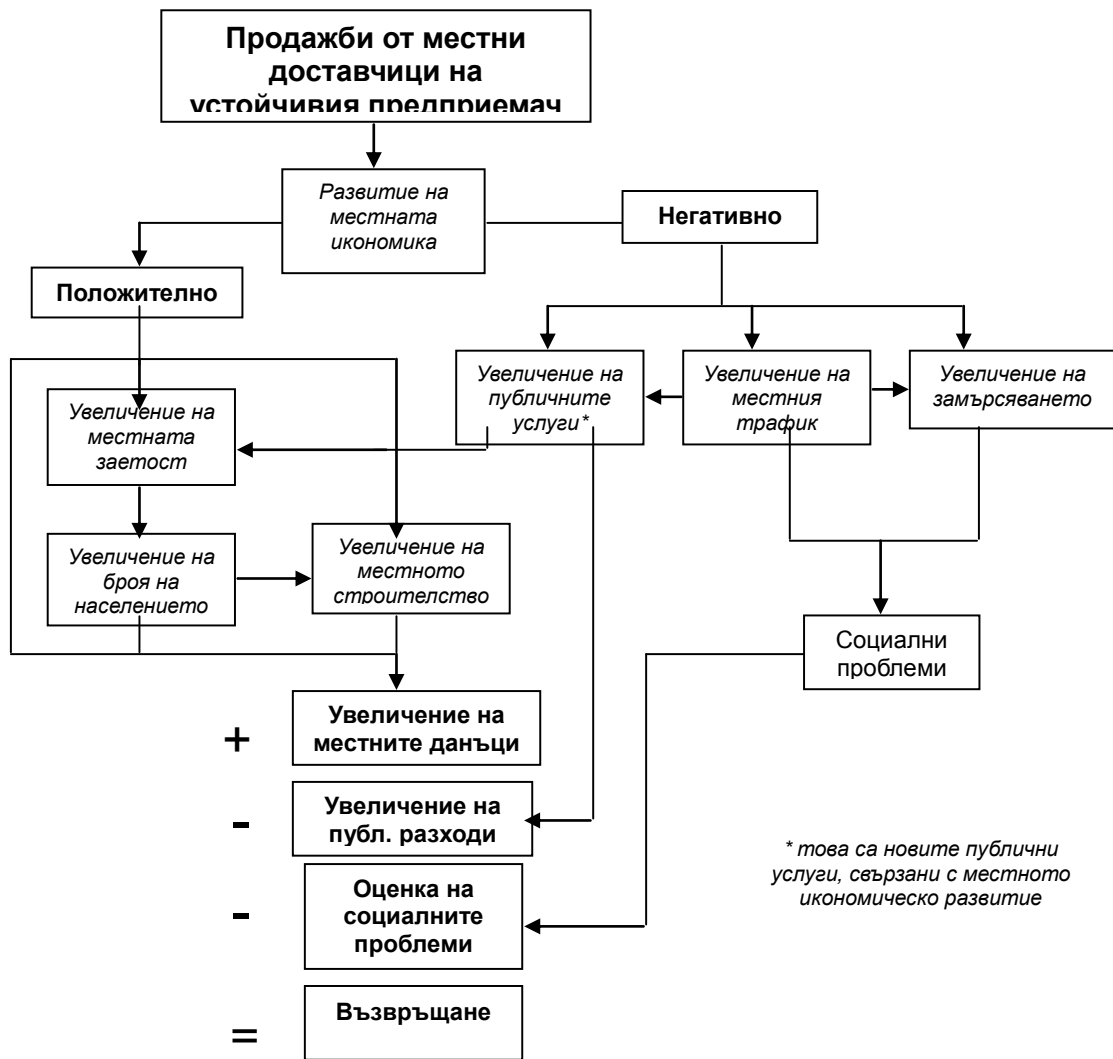
Устойчиви принципи, като опазване на енергията и водните ресурси, както и на архитектурата и на околната среда, се нуждаят от високи технологични инвестиции, които не могат да бъдат направени от дребните предприемачи: прилагането на устойчиви практики се нуждае от подкрепата на други субекти, които да се грижат за пълните или частични разходи за устойчивост. С две думи системата за трансфер е метод за връщане на печалбата, получена от публичния субект, към устойчивия туристически предприемач чрез икономическата сделка между устойчивия купувач и неговия доставчик. Тази печалба или икономическа полза се основава на разликата между някои положителни и отрицателни елементи и е показана на фигура (4-2). Силата на този метод е, че той се отнася само за публичните субекти, участващи в дадена икономическа транзакция. Той се основава на принципа, че печалбата, постигната от публичното предприятие в резултат на устойчиви сделки, трябва да се върне обратно на пазара и по-специално на устойчивия купувач: Публичните институции нямат печалба от устойчивостта.

Приносът

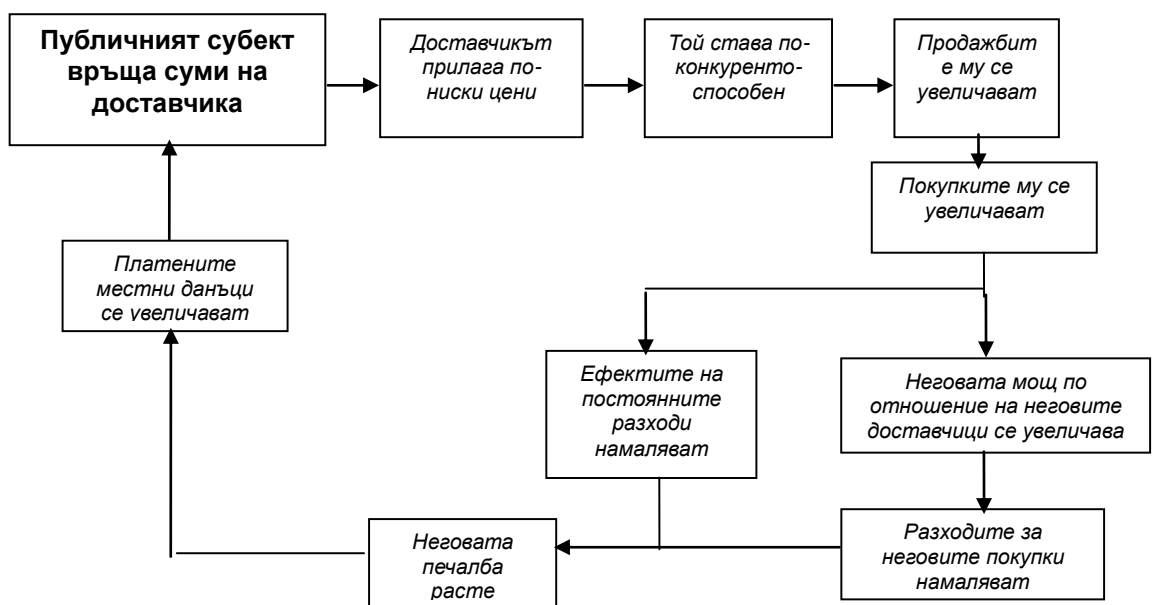
Публичният субект трябва да възстанови на устойчивия предприемач своята получена стойност или печалба, свързана с конкретна икономическа сделка, установена в неговия район. Тази стойност е алгебрична разлика между две серии от положителни и отрицателни елементи, които са показани, както следва, в предишната Фигура (4-2). От оперативна гледна точка приносът може да бъде:

- **пряк**, публичният субект дава приноса си директно на устойчивия предприемач;
- **непряк**, публичният субект дава приноса си на доставчика, който ще прилага по-ниска цена за "устойчивата сделка".

Анализът на приноса на непрекия тип очертава, че това не е разход за публичните субекти, а временно използване на финансовите ресурси. Всъщност, благодарение на по-ниските цени, прилагани от доставчика, той става по-конкурентоспособен, неговите продажби се увеличават, както покупките му на стоки и неговата пазарна мощ. Печалбата се увеличава, както и местните данъци, плащани от предприемача.



Фигура (4-2) Възвръщане (възстановяване)



Фигура (4-3) „Обратна връзка“

Тази тенденция, която може да се нарече "обратна връзка", показва, че този метод може да се разглежда като краткосрочна инвестиция за публичния субект. Разбира се, и други ползи трябва да бъдат включени заедно с високите местни данъци в списъка на предимствата и силните страни на областите, богати на конкурентни фирми.

Трябва да се отбележи, че има два типа трансфер:

- *Вертикален трансфер* – това е прехвърлянето на някои разходи между субекти на различни нива, докато се достигне равенството цена = доход: например от местния оператор (хотели, туристически агенции и т.н.) към общината, от общината към областта, и т.н.;
- *Хоризонтален трансфер* е прехвърлянето на разходи между субектите, намиращи се на едно и също ниво. Естествено, когато трансферът се извършва чрез възстановяване, той включва само публични субекти, защото кооперациите и връзките са най-добрият начин за частните субекти да прехвърлят разходите си. С две думи хоризонталните трансфери се основават на административни и икономически различия между районите.

Сертифициране на устойчивия туризъм

Устойчивостта не притежава съществената способност да избира кой да я използва, следователно съществува риск от това "марката" да бъде използвана от "неправилни предприемачи". Хипотезата за съществуването на предприемачи, които се обявяват за "устойчиви" единствено за лична изгода, без правилно прилагане на правилата, които философията налага, не е малко вероятна. Следователно специален регламент е необходим, за да може администрацията да идентифицира предприемачите, в подкрепа на които евентуално да бъдат насочени политическите решения на района.

4.6 Сътрудничество и отношения между публични и частни субекти

Особено когато наличните ресурси са ограничени, сътрудничеството и отношенията между публични и частни субекти може да бъде единственият или най-добрият начин да се постигнат добри резултати по отношение на по-високи приходи и по-ниски разходи. Независимо от факта, че сътрудничеството и партньорството може да включва всички фази на управлението според базата на теоретичния модел, това изследване ще се фокусира само върху видовете сътрудничество и партньорства, свързани с намаляването на разходите за инвестиции в активи, и оперативни фази, като покупките на потребителски стоки и услуги и разходите по заеми. Бизнес администрацията определя фирмата като съвкупност от стоки и хора, организирани от предприемача, за да произвеждат стоки и / или услуги, които ще задоволят човешките потребности. Тези стоки са предпоставка за съществуването на фирмата. Сред няколкото категории на тези стоки,

които се основават на тяхното естество, предназначение, използване, ниво на риск и т.н., активите и потребителските стоки са основните две.

Активи

Те са трайната структура на фирмата и обикновено са разделени на материални блага (оборудване, мебели, превозни средства, сгради и т.н.) и нематериални активи (разходи, свързани със стартирането, безвъзмездните средства, лицензи, изследванията и развитието, промоция, маркетинг, обучение, и др.) Опитът и резултатите от проучването показват, че, независимо от факта, че материалните блага почти винаги са доста по-скъпи и сложни, отколкото нематериалните активи, някои психологически и / или икономически причини често ги правят предпочитани инвестиции, особено за малките предприемачи. Цитираното анкетно проучване установява, че изследваните туристически предприемачи са фокусирани главно върху реновирането или изграждането на сградите им, докато те пренебрегват инвестициите в нематериални активи, въпреки че добре знаят, че някои видове нематериални активи играят голяма роля в развитието и оцеляването на туристическия бизнес. По мнение на автора, липсата на инвестиции в нематериални активи е една от основните пречки за развитието на устойчиви предприемачи.

Един от основните моменти в управлението на системата за трансфер е разделянето между икономическите трансакции между субекти, разположени в и извън изследваната територия. Според разработените концепции, устойчивостта е задача за всички субекти, без географски граници, но икономическата трансакция, която включва всички субекти, разположени в същата община, има по-добри ефекти върху местното богатство от другата, която включва доставчици, намиращи се извън нея. Може да се твърди, че това наблюдение трябва да се вземе под голямо внимание, защото това е основното условие, за борба срещу изтичането на ресурси от района - друго голямо ограничение за развитието на местната икономика. Тези съображения имат голяма връзка с локализирането на стоките и услугите, които са необходими на предприемача. Например, разумно е да се предположи, че стоки с широко приложение, като сгради и мебели, са изработени от местни производители и тяхната покупка допринася за растежа на местната икономика: ресурсите остават в района. За разлика от това, високотехнологичните и специфични стоки идват от производители, разположени извън територията, и по този начин покупките винаги означават изтичане на местни ресурси. Системата за трансфер приема тази предпоставка като начин за разпространение на икономическите ползи в района като цяло и за подобряване на местната икономика.

Потребителски стоки и услуги

Потребителските стоки често се наричат "стоки с просто възпроизводство", защото те винаги трябва да бъдат заменени след тяхното използване. Те са пряко свързани с

оперативните разходи.

Разходи по заемите

Активите и стоките са получени от фирмата чрез собствения ѝ капитал и / или чрез външно финансиране. Бизнес икономиката показва като добър финансов баланс съотношението между инвестиции и финансиране: 60% от собствен капитал (вътрешни) и 40% от външни фондове. Специално за малките туристически фирми, характеризиращи се с ниски налични ресурси, банковите заеми често са единственият шанс за развитие на нови дейности и туристически продукти. Следователно мерките в подкрепа на устойчивите предприемачи трябва да се справят с този аспект, който е голямо препятствие за управление на малкия бизнес и който се дължи на високия лихвен процент и високите гаранции по заемите. Съществуването на пречки при получаването на банкови заеми се доказва от споменатото анкетно проучване. То разкрива, че поради разходите/проблемите по заема, повечето изследвани предприемачи покриват инвестициите си само със собствения си капитал. Само някои български туристически предприемачи покриват инвестициите си с банкови заеми и няколко сръбски предприемачи използват малки банкови кредити, за да плащат оперативните си разходи. Общата картина се характеризира с предприемачи, които фокусират своите ограничени ресурси само върху крайно необходими инвестиции, като сгради и мебели, и пренебрегват нематериалните активи. Този погрешен избор ги прави да бъдат по-малко конкурентоспособни от чуждестранните конкуренти. Поради тази причина увеличението на инвестициите в нематериални активи трябва да бъде една от основните цели на публичните и частни мерки.

4.7 Как да се получат максималните положителни ефекти от наличните ресурси

Според автора това е най-интересната част от това изследване, защото чрез логически процес се показва как да се комбинират публичните и частни субекти в една и съща мярка, за да се получи максимален ефект върху малките местни фирми.

Прехвърлянето на дейности

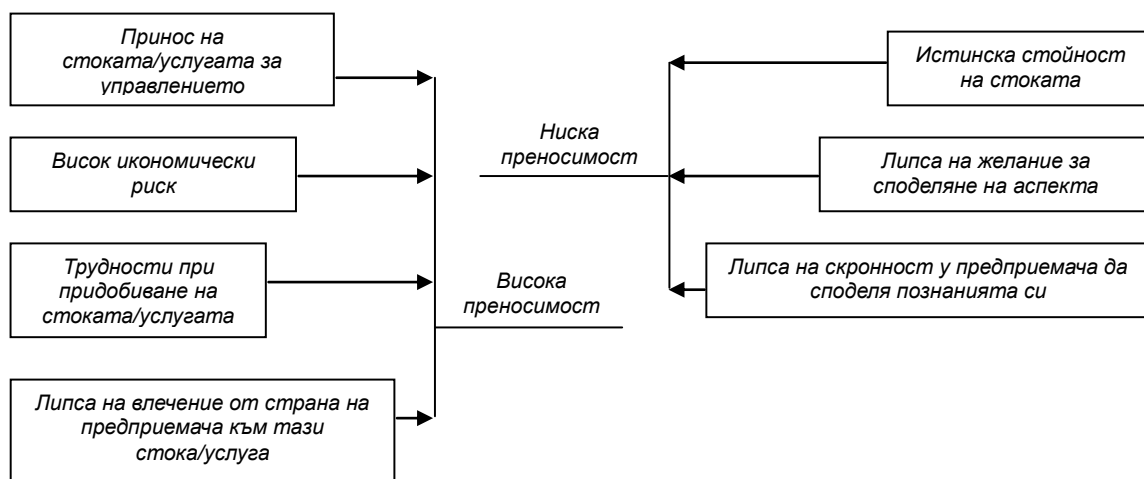
По принцип всички фази на управление могат да бъдат разработени чрез взаимоотношения и сътрудничество между публичните и частните субекти, обаче поради голямата сложност на този въпрос въз основа на икономически, технически и психологически аспекти, ограничените налични ресурси произвеждат най-добрите си резултати само при следването на няколко правила или предположения. За да се достигнат целите на това проучване, управлението е разделено на следните фази:

1) структурна, това са инвестициите в активи;

2) протекционистична, това е въпрос, свързан с разходите и проблемите по заемите;

3) оперативна, това са действията, свързани с потребителски стоки и услуги.

Основната концепция, разработена в този параграф, е степента на преносимост, която може да се дефинира като склонността на конкретна дейност да бъде развита от няколко субекта (публични и / или частни), или да бъде прехвърлена от един на друг субект, който да се грижи за разходите за устойчивост. Това зависи от редица променливи величини, като например характеристиките на дейността, нейното значение в управлението, трудността ѝ и т.н. Всяка фаза на управление е показана чрез нейните елементи, които са свързани с нейната специфична степен на преносимост, изчислена чрез логичен процес, основан на следните променливи:



Фигура (4-4) Степени на преносимост

Определянето на степента на преносимост се нуждае от по-задълбочен анализ на няколко аспекта на управлението и обикновено това зависи от по-голям брой променливи. Възможността за прехвърляне е вътрешна, когато прехвърлянето на разходите или на дейността е в рамките на една и съща територия (напр. местен публичен субект подкрепя възстановяването на къщата за гости на местен устойчив туристически предприемач) или външна, когато участващите публични и / или частни субекти се намират извън територията на устойчивия предприемач. Както вътрешното, така и външното прехвърляне се оценяват чрез степен на прехвърляне на базата на следната Ликерт скала:

Степен на преносимост (прехвърляне)			Прехвърляне
1	нулева	Икономически/оперативни пречки ясно възпрепятстват трансфера	Невъзможно
2	ниска	Трансферът е възможен само при много специфични условия	Малко вероятно
3	средна	Няма пречки и трансферът може да доведе до някои преимущества	Неутрално/препоръчително
4	висока	Обстоятелствата и/или качествата на обекта предполагат прехвърляне. Това ще доведе до сигурни предимства	Подходящо
5	много висока	Като по-горе, но води до по-висока степен на преимущество	Наложително

Таблица (4-1) Ликерт скала за преносимост

Тази част е много важна, за да се разбере как са получени нивата на вътрешно / външно прехвърляне. Поради тази причина и сложност на процеса, са необходими някои обяснения и примери (фразите в скоби са променливите за степента на прехвърляне от Фигура 4-4):

– структурна фаза

- инвестициите в нематериални активи са едно от условията за развитие на бизнеса (*висок принос на стоката / услугата за управлението*), но те често са пренебрегвани, особено от малките местни предприемачи (*липса на влечение от страна на предприемачите към тази стока/услуга*). Освен това повечето от тях се нуждаят от високо ниво на умения, но е много трудно да ги придобият в селските райони (*трудност за придобиване на стоката/услугата*). Тези три променливи водят до високо ниво на външно степен на прехвърляне: инвестициите трябва да бъдат подкрепени най-вече от външни субекти;

– оперативна фаза

- когато устойчивият предприемач не може да има конкретна стока или услуга, (*трудност за придобиване на стоките/услугите*), тази стока или услуга е пренебрегвана от малките местни предприемачи в туризма, като например разходите за реклама и обучение (*липса на влечение на предприемачите към тази услуга*), а тази стока / услуга е важна за управлението (*висок принос на стоката / услугата за управлението*) = висока степен на външно прехвърляне;

– проектционистична фаза

- поради ограничените финансови ресурси трябва да се вземат банкови заеми, които често са единственият начин за развитие на бизнеса (*висок принос на стоката / услугата за управлението*). Банковите заеми означават високи лихви и се нуждаят от високи гаранции, които малкият предприемач често не може да даде на банката (*трудност да се придобие тази стока / услуга*). Този проблем може да бъде решен от местни публични субекти, като публичните свойства = висока степен на вътрешно прехвърляне. Естествено, банката се намира извън територията (където цитираното уравнение се постига), откъдето идва и въпросът за банковите лихви = висока степен на външно прехвърляне.

Според системата за трансфер и по-ранните концепции, свързани с взаимоотношенията и сътрудничеството между публичните и частните субекти, са

разработени някои специфични таблици за степента на прехвърляне. Чрез обединяването на таблиците в една единствена е възможно да се получи таблица, позволяваща сравняване на нивата на устойчивост на **EPL** (местни публични субекти = вътрешно прехвърляне), **EPE** (външни публични субекти = външно прехвърляне) и **P** (частни субекти) за всяка група. От тези три колони се получава средно ниво на степента на преносимост/прехвърляне на всеки елемент.

	EPL	EPE	P	Средно
Материални активи				
Сгради	3	1	2	2
Мебелировка	3	1	1	1,7
Оборудване	2	4	2	2,7
Превозни средства	1	4	2	2,3
Общо материални активи	2	2,5	1,8	2,2
Нематериални активи				
Установяване	3	3	1	2
Лицензи-разрешителни	4	4	2	3,3
Проучване-развитие	5	2	5	4
Търговски разходи	1	5	4	3,3
Реклама	1	5	4	3,3
Обучение	1	5	5	3,7
Общо нематериални активи	2,5	4	3,5	3,3
Разходи/проблеми по заемите				
Заеми	1	5	4	3,3
Гаранции на заемите	4	1	4	3
Общо заеми/гаранции	2,5	3	4	3,2
Оперативни разходи				
Заплати	5	1	2	2,7
Поддръжка	1	5	4	3,3
Администрация и услуги	4	3	4	3,7
Закупуване на енергия	3	3	4	3,3
Закупуване на стоки	4	3	4	3,7
Банкови лихви	1	5	4	3,3
Банкови такси	1	5	4	3,3
Общо оперативни разходи	2,7	3,6	3,7	3,3
Средно	2,4	3,3	3,3	

Таблица (4-2) Нива на преносимост

Анализът на таблицата позволява да бъдат направени следните важни изводи:

- ниско ниво на степента на преносимост на материални блага (2,2 от 5). Сградите и мебелите са единствените, които могат частично да бъдат прехвърлени на местните публични субекти (3 от 5), докато превозните средства и оборудването са

- подходящи за външни такива (4 от 5);
- ниска склонност на материалните блага за включване на трите субекта в едни и същи мерки;
 - средно ниво на степен на прехвърляне на нематериални активи (3,3 от 5). По-специално частите на управлението, свързани с научни изследвания и разработване на нови местни туристически продукти имат най-висока средна стойност на степен на прехвърляне - висока стойност (4 от 5) от приетата Ликертов скалата. Това означава, че производството на нови местни туристически продукти трябва да включват както публични, така и частни субекти;
 - средна склонност на нематериалните блага за включване на трите субекта в едни и същи мерки;
 - средно ниво на прехвърляне на оперативните разходи (3,3 от 5). По мнение на автора и според италианския му опит, най-добри резултати могат да бъдат постигнати чрез създаването на кооперации и частни консорциуми за покупка на стоки и услуги между местните предприемачи;
 - средна склонност на оперативните разходи за включване на трите субекта в едни и същи мерки;
 - местните публични субекти (колона ELP), в сравнение с другите две колони, имат по-ниско средно ниво на прехвърляне (2.4 ELP, докато другите два са 3,3 от 5);
 - външните публични субекти и частните субекти (колони EPE и P) имат едно и също средно ниво на прехвърляне (3,3 от 5). Това показва, че подкрепата на устойчивия туризъм няма географски граници;
 - ниска склонност на частните субекти да разработват мерките независимо от някои други мерки, които идват от публичните субекти. Анализът на таблица (4-8) показва, че по-високите стойности на колона (P) винаги са свързани с други високи стойности на колони EPL или EPE и това е допълнително потвърждение на значението на сътрудничеството между публичните и частните субекти.

Тези и по-ранни съображения могат да се прехвърлят на графика, която може да се нарече "диаграма на кръгове" с трите изследвани оформления:

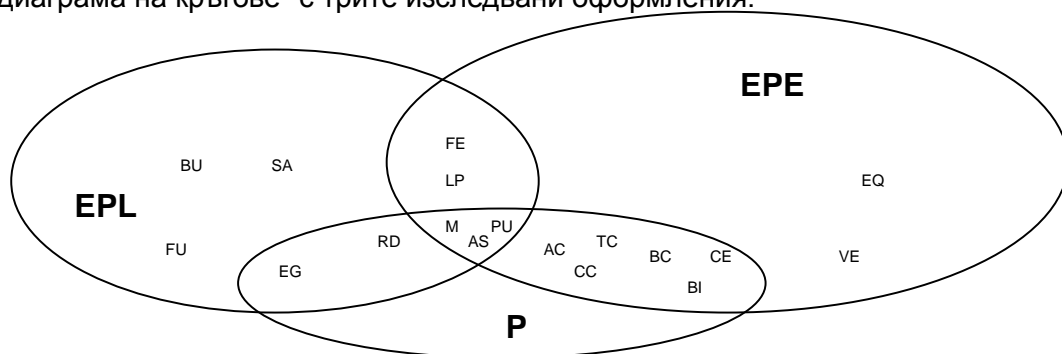


Figure (4-5) Диаграма на кръговете

Легенда

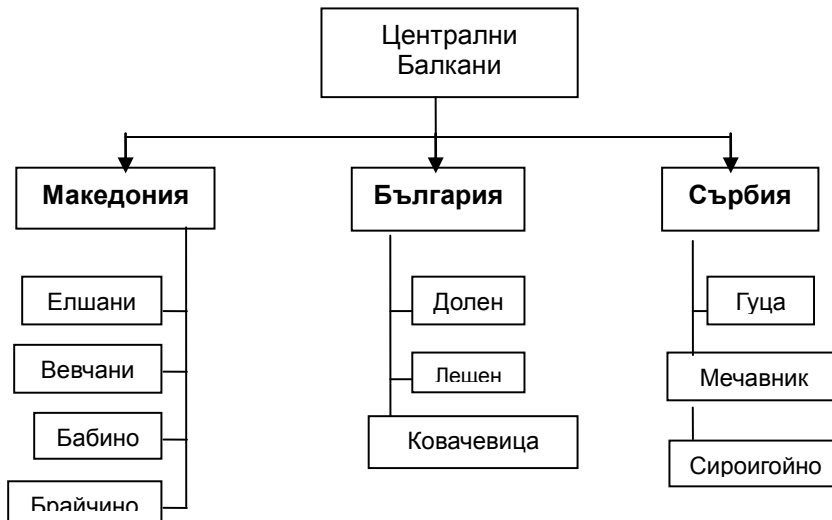
PU	Купуване на стоки	RD	Проучване - развитие
M	Поддръжка	EG	Установяване на гаранция
AS	Администрация и услуги	LP	Лицензи - разрешителни
AC	Разходи за реклама	FE	Разходи за установяване
CC	Търговски разходи	SA	Заплати
BI	Банкови лихви	BU	Сгради
TC	Обучение	FU	Мебелировка
CE	Закупуване на енергия	VE	Превозни средства
BC	Банкови такси	EQ	Оборудване

Таблица (4-3) Легенда

Целта на тази част от изследването е определянето на най-печелившото използване на наличните ресурси от страна на частните и публичните субекти. По-ранните наблюдения показват, че поради участващите икономически фактори и субекти, публичните и частните мерки в подкрепа на устойчиви местни фирми достигат своя апогей, когато те следват тези предположения:

- по-голямата част от оперативните разходи, по-специално разходите за администриране, поддръжка и покупката на стоки и услуги, трябва да бъдат включени в мерките, основани на сътрудничеството между трите субекти-области;
- инвестициите в научни изследвания и развитие на нови туристически оферти трябва да бъдат подкрепени на местно ниво чрез сътрудничество между местните публични и частни субекти;
- инвестициите и оперативните разходи за промоция и реклама трябва да бъдат подкрепена от мерки, които включват частни и обществени обекти, разположени извън територията;
- по-голямата част от финансовата материя трябва да включва частни единици и публични субекти, разположени извън територията. Местните публични субекти трябва да се фокусират върху гарантиране на банкови кредити;
- външните публични субекти имат голяма роля в развитието и оцеляването на местните устойчиви туристически предприемачи.

5. ОБЛАСТ НА ИЗСЛЕДВАНЕ



Фигура (5-1)

Страните

Устойчивото развитие има за цел опазването на настоящите ресурси - местната култура, природни забележителности, фолклорни традиции, местна архитектура и т.н., така че те да могат да бъдат ползвани от бъдещите поколения. Поради това тази концепция изисква наличието на едно условие: дестинациите трябва да съдържат такива ресурси, които да бъдат защитени и пренесени в бъдещето. Според мнението на автора, дестинация, която е загубила своята туристическа идентичност и своето природно и културно наследство поради лоши политически решения (свързани не само с туризма), има много малко възможности да бъде включена в местен проект за устойчиво развитие. Липсата на това условие прави решението на въпроса много трудно или почти невъзможно. Изборът на страните се е основавал и върху следните съображения и очаквания:

- страните трябва да бъдат съседни, намиращи се в централната част на Балканите, за да се получи висока степен на сравнимост между резултатите поради наличието на много прилики между тях;
- в същото време се очакват значителни разлики в характеристиките на страните, свързани с тяхната политическа и административна структура, туризма на национално ниво, развитието на историята в близко минало, етническата структура и т.н. Може да се предположи, че тези аспекти са оказали както положително, така и отрицателно влияние върху местните туристически дестинации, както и върху местните туристически обекти, чието изследване може да даде интересни индикации, свързани с целта на това изследване.

За целта на това изследване са избрани **България, Македония и Сърбия.**

Накратко резултатите разкриват следната ситуация.

България е в най-добрата ситуация, сравнявайки специфичните политически и

институционални фактори, етническите структури и туристическите региони, които характеризират трите страни. Това обстоятелство е частично потвърдено от българските институционални сайтове чрез описанията на изследваните села. Въпреки това, на местно ниво анкетираните описват противоположна ситуация. Според изследваните аспекти и свързаните с тях данни, получени от проучването под формата на анкета, обикновено Сърбия има най-висока средна оценка, а България – най-ниска. Анкетираните твърдят, че по отношение на изградени съоръжения и инфраструктура Сърбия е в много по-добра ситуация, отколкото България, докато за характеристиките на местния туризъм трите страни показват сходни резултати.

Относно „местния туризъм“ авторът не може да се съгласи напълно с мнението на анкетираните, които поставят селата повече или по-малко на едно и също ниво, защото според него всички български села, както и Брайчино и Бабино, имат много интересно туристическо наследство от гледна точка на оригиналността, местната архитектура и много повече от другите дестинации показват традиционния начин на живот на планинските хора. Въпреки това, в същото време те се нуждаят от много повече усилия, за да превърнат местния туризъм в истинска икономическа възможност за своето население. Предполага се, че маргиналната позиция на Македония в рамките на бившата Югославска федерация може да означава по-ниско ниво на инфраструктурата в тази страна спрямо тази на Сърбия, която е била лидерът на Федерацията. Това предположение се доказва от резултатите. Според тях и също така според мнението на автора, всички проучвани села имат необходимите културни, природни и архитектурни фактори за развитие на местно устойчиво туристическо предлагане. Местните предприемачи могат да направят и предложат добри туристически продукти чрез комбинацията на тези важни фактори. Авторът се съгласява с основните заинтересовани страни, които считат, че културният, селски и еко туризъм имат най-голяма възможност за успех в техните села. Въпреки цитираната разлика между трите страни, във всички територии публичната инфраструктура за опазване на околната среда е добре развита и природните забележителности са напълно заслужено един от най-изразените местни фактори за промотирането на дестинацията чрез институционалните уебсайтове. Въпреки това, повечето изследвани села имат много препятствия пред развитието на местния туризъм. Липсата на основни туристически удобства, например здравни и банкови услуги, във всички български села, Елшани, Бабино и Мечавник е важно препятствие пред развитието на техния местен туризъм. По мое мнение е изненадващо, че четиризвездният комплекс Мечавник няма медицински център. Това съображение се потвърждава и от повечето от основните заинтересовани страни на селата Долен, Лещен, Ковачевица, Брайчино и Гуца, които включват липсата или недостатъчните туристически съоръжения и услуги сред основните пречки за развитието на туризма в техните села. В допълнение към

тези проблеми българските села Лещен и Ковачевица могат да бъдат достигнати само чрез път, дълъг 10-20 км, който е в много лошо състояние. Днес селските райони, където посетителите могат да видят и оценят начина на живот на местните жители, определени като "задните райони" от Мас Cannell (1973), нарастват. Тези области са уникални, защото са автентични (Taylor, 2001) и това е един много важен ресурс, особено за селата в България и за някои в Македония. Все пак това не означава, че посетителите ще се откажат от добри и модерни туристически услуги. Опитът учи, че често клиентите искат да усетят селските преживявания с комфорта на петзвездни услуги. Преди края на главата две лични наблюдения по отношение на промотирането на селата и тяхното местно население трябва да бъдат изложени. България има най-ниската оценка за сигнализация и туристическа информация, докато Сърбия има най-високата оценка, защото селата в Сърбия използват всички инструменти за туристическа промоция, изследвани в това проучване, като например карти, CD, брошури и листовки. Въпреки това трябва да се отбележи, че туристическото промотиране на селата Гуца, Сирогойно и Мечавник са фокусирани основно върху етно-комплекса и фестивала на тромпетите. Сред македонските села само Вевчани използва инструменти за туристическа промоция, като сред българските села има брошури и флаери единствено за Ковачевица. Липсата на достатъчно промотиране е подчертана от основните заинтересовани страни. Авторът се съгласява с тези анкетиращи, които включват липсата на професионализъм и познания за чужди езици като основни проблеми в туристическото развитие на техните села. По време на посещенията на автора в изследваните територии във всички български села, както и в Елшани, Бабино и Гуца той е имал много проблеми с намирането на хора, които говорят английски език.

6. КОНСТАТАЦИИ И АНАЛИЗИ

В съответствие с целите на проекта, показани в първата част на дисертацията, настоящата част цели да докаже по-горе описаните три изследователски хипотези.

6.1 Първа хипотеза

(изследваните местни предприемачи в областта на туризма са подложени на цитираните икономически несъответствия)

С цел да се разбере настоящата хипотеза, е приложен метод, който изследва причините и възможните ефекти на тези несъответствия върху изследваните малки туристически предприемачи и територията.

Изследването на причините и вероятните последици е довело до следните разсъждения:

- повечето от изследваните предприятия се характеризират с ниски познания на

човешкия фактор в областта на туризма, както и в икономическата и техническа области. Този факт се потвърждава и от местната социална структура, която е най-вече селскостопанска;

- почти винаги познанието на хората, работещи в туристическото предприятие, идва главно от техния ежедневен опит и не е базирано на специфично обучение в областта на управлението и техническата област. Повечето от собствениците и техните подчинени, преди да бъдат въввлечени в туристическата сфера, са били ангажирани в задачи от сферата на физическия труд, които не изискват специфично образование.
- инвестициите в последните пет години и отпреди това са довели до създаването на инвестиционна структура с висок дисбаланс между материалните стоки и нематериалните блага, последните от които почти не присъстват. Няма инвестиции в развитието на нови продукти, както и на нови търговски отношения (например развитие на мрежа за продажби), обучение на персонала и търговска мрежа;
- сградите представляват най-голямата част от инвестициите (средно 56%);
- ниското ниво или пълната липса на фокус върху нематериалните активи се потвърждава и от наличните данни за оперативните разходи. Разходите за администрацията и услугите, включващи реклама, обучение и търговски разходи (за развитието на търговска мрежа), обхващат само 3% (средно) от оперативните разходи;
- Констатациите очертават две големи противоречия относно целите и действията на изследваните предприемачи:
 - сред основните цели за бъдещото развитие на техния бизнес, 92% и 70% от положителните отговори са свързани с привличането на нови клиенти и създаването на лоялни клиенти, но в същото време изследваните предприемачи не правят нищо, за постигане на тази цел, в смисъл на промоция, рекламата и т.н.
 - голяма част от анкетираните смятат, че липсата на промоция, липсата на професионализъм в областта на туризма, липсата на професионализъм на местните жители, липсата на информация, ниското ниво или липсата на познания по чужди езици и т.н. са основните проблеми за развитието на туризма, но в същото време те не предприемат действия, за да ги разрешат, което най-вероятно се дължи на тяхната хронична неувереност относно инвестициите в нематериални активи, както и на техните оскъдни налични ресурси.
- много от участниците говорят за инвестиции в промоцията и рекламата като нещо

много важно за техния бизнес, но те не насочват техните ресурси към тези мерки, тъй като ги включват в целите на сътрудничеството и партньорството между предприемачите и публичния субект;

- повечето от македонските и сръбски предприемачи показват финансова структура, изцяло базирана върху техния собствен капитал: всички предприятия в седем от селата показват 100% капитализация и никой от предприемачите в осем села използва банков кредит за развитието на бизнеса си, докато в България ситуацията е различна - тук изследваните предприемачи имат по-балансирана финансова структура;
- ниското използване на банков кредит и последващата висока капитализация на изследваните фирми зависят от променливи, които идват както от погрешното подозрение в банковия сектор от страна на изследваните предприемачи, така и от ниската готовност на банковата система да предлага заеми;
- резултатите показват, че малка публична помощ е дадена само за сгради, обзавеждане и обучение в с. Ковачевица и с. Долен. В другите страни, едва 20% от сръбските предприемачи са получили много малка обществена подкрепа за рекламни разходи, като комплексът Мечавник е подпомогнат да бъде включен в списъка на културното наследство на ЮНЕСКО;
- ниската или пълната липса на обществена подкрепа е не само свързана с финансовата страна, но и с управлението като цяло;
- анкетираните говорят за устойчивостта като нещо много важно за техния бизнес и стигат до извода, че прилагането на устойчиви практики е добър шанс за развитието на местната икономика, но в същото време никой от тях не е ангажиран с устойчиви практики и концепцията за устойчив туризъм често не е добре позната;
- някои предприемачи не могат да изчислят процента на стоките, закупени извън тяхната територия, но повечето от тях заяват, че основната част от техните стоки се купува от външни доставчици. Разбира се, този факт е сред основните пречки за развитието на местната икономика;
- от демографска гледна точка повечето от селата се характеризират с висока степен на обезлюдяване, което включва най-вече младите хора. Според мнението на автора обезлюдяването се доказва и от ниското ниво на безработица, която характеризира всички изследвани територии;
- селското стопанство е основен икономически източник за местните жители;
- местната икономика на всички села се характеризира с ограничен търговски спектър, който принуждава местните предприемачи да купуват най-необходимите стоки и услуги извън територията;

- само много малка част от разходите остава в територията и това води до прогресивно обедняване на общността, както и до намаляване на наличните ресурси на местния бизнес;
- местният туризъм показва висока степен на сезонност, свързана с някои специфични събития или с лятната ваканция. Изглежда, че селата, които са известни с някои конкретни събития, са фокусирани само върху тези събития и забравят за туризма през останалата част от годината;
- изследваните предприятия предлагат на своите клиенти основните (стандартни) съоръжения, а допълнителните услуги, които са част от устойчивото туристическо предлагане, като например организирането на местни екскурзии и фолклорна/традиционна кухня, са пренебрегвани, особено от македонските и сръбските предприятия;
- по мнение на автора основната цел на малките местни туристически фирми е оцеляването и те не разполагат с необходимите ресурси и воля за развитието на техния бизнес, както и рd прилагането на устойчиви практики;
- предприемачите изразходват своите ресурси в предоставяне на добро настаняване, добри услуги. Техните инвестиции са фокусирани върху материалните блага, а нематериалните активи, като например промоцията, се считат за задача на публичния субект, развита чрез публично и частно сътрудничество и партньорство, промотирано и ръководено от местните власти;
- обществена подкрепа за развитието на местния туристически бизнес, както и за планирането на местния туризъм липсва;
- местните предприемачи имат ниска печалба, а често и условията за икономическото им оцеляване липсват;
- сътрудничество и партньорство между публичните и частните субекти липсват;
- повечето от изследваните предприемачи не участват в съвместни дейности с други предприемачи и никой не се занимава с постоянни съвместни дейности, отнасящи се към даден местен проект;
- липсата на местни културни и туристически организации е пречка за развитието на местните взаимоотношения. Някои предприемачи са членове на асоциации, разположени извън тяхната дестинация.

Случаят Мечавник

Мечавник не може да се счита за туристическа оферта, приемлива от гледна точка на принципите на устойчивия туризъм. Неговите характеристики са по-скоро тези на пост-модерния туризъм, отколкото на устойчивия туризъм. Въпреки че повечето от концепциите и изводите на настоящия параграф са валидни и за сръбското село-

комплекс Мечавник, тази туристическа дестинация е много по-различна от останалите. Разликата произтича от неговия произход. В действителност Мечавник не е село, а името на туристическо изобретение на г-н Емил Кустурица, който е построил на върха на един хълм много хубаво традиционно сръбско село, което да бъде снимачна площадка за някои от филмите му и по-късно става негова резиденция и известен етно-комплекс. От гледна точка на туризма селото има за цел да покаже на посетителите старо сръбско село и начина на живот на местните жители през миналите векове. Посетителите присъстват на един вид "шоу" вътре в четири-звездния комплекс, който предлага най-висок комфорт. От гледна точка на местната икономика е ясно, че този комплекс има както положителен, така и отрицателен ефект върху района. Сред положителните с най-важно значение е голямото увеличение на местното население през последните 12 години, благодарение на създаването и развитието на комплекса. Благодарение на растежа на заетостта на местно ниво, местните сгради са били обогатени с няколко нови еднофамилни къщи. Освен това, високото качество на комплекса е и един добър шанс за подобряване на професионализма на местните работници, както в сферата на туризма, така и в свързаните с него дейности. Въпреки това, по време на посещението на място е установено, че комплексът е единственият знак за развитието на местния туризъм. По пътя от националната пътна мрежа, както и по този, водещ до комплекса, няма нито ресторанти, нито магазини, нито малки хотели и други фирми, свързани с туризма, има само някои частни къщи за гости. Това изследване не може да обясни защо, от гледна точка на туризма, развитието не се е разпространило отвъд границите на комплекса през тези 12 години.

Негативните ефекти, свързани с цитираните несъответствия, открояват местни фирми с икономически и финансови проблеми, чиято цел е по-скоро оцеляването, а не ролята на двигател за развитието на местната икономика. Няма условия за постигане на добро ниво на печалба, поради тази причина, дестинацията не е привлекателна за нови инвестиции и туристически предприемачи. Предпоставките за постигане на значима печалба липсват, така че районът не е в състояние да привлече нови предприемачи. Икономическата ситуация, разкрита при изследването, няма необходимите предпоставки за прилагането на устойчиви практики от страна на изследваните предприемачи.

Може да се твърди, че първата хипотеза не е напълно доказана.

6.2 Втора хипотеза:

(Сравнение на представения теоретичен модел с изследваната ситуация)

Показано бе, че цитираният теоретичен модел предполага, че икономическите предпоставки за развитието на устойчив туризъм се основават на разрешаването на

икономическите несъответствия, които характеризират малките местни предприемачи. Тази цел може да бъде постигната чрез прехвърляне на разходи, свързани с някои фази на управление, на други субекти. От друга гледна точка, този трансфер е споделянето на някои аспекти/фази на управление между различни субекти, свързани помежду си чрез развиване на отношенията и сътрудничеството между публични и частни субекти. Възможно е и е основателно да се предположи една естествена тенденция на тези отношения, които нарастват с течение на времето. По мнение на автора, тази тенденция е естествена и правилна, тъй като тя се съгласува с идеите, разработени от теоретичния метод.

За да бъде разбрана втората хипотеза, авторът е сравнил ситуацията, установена от констатациите, показани и обяснени в предходния параграф, и тези, свързани със сътрудничеството и партньорството, със следната тенденция.

Стъпки на развитието на отношенията и сътрудничеството

Тази тенденция започва от "примитивната" ситуация, характеризираща се с ниско ниво на взаимоотношения и съвместни действия между публични и частни субекти в територията. В началото е очаквано да се разкрие ситуация, характеризираща се с липса на съвместни действия между различните участници и единствените съществуващи такива произтичат от конкретен административен закон, а не от икономически и социални предпоставки. Естествено, с течение на времето системата се придвижва към "зряла" ситуация, в която отношенията и сътрудничеството между публичните и частните субекти са във фокуса на местното планиране.

Според концепциите, разработени в предишната част на тази глава и чрез сравнението между хипотетичната тенденция и настоящата ситуация на изследваните области, са направени заключения така, представени във фигура (6-1).

Анализът на резултатите показва, че най-представителната ситуация, свързана с по-голямата част от изследваните области, се намира между началната фаза и фазата на хоризонталното развитие. Тя се характеризира основно с местни предприемачи, фокусирани върху инвестициите в сгради, докато нематериалните активи са само малки инвестиции в развитието на техния туристически продукт. Важни нематериални активи, като например промоция и реклама не принадлежат към техния фокус. Обществената подкрепа, както и сътрудничеството и партньорствата не съществуват или са много ограничени.



Фиг. (6-1) Съвременната ситуация

6.3 Трета хипотеза

(Прилагане на представения теоретичен модел към изследваната ситуация)

За да се разбере третата хипотеза «прилагането на данните от анкетното проучване към предложения теоретичен модел има икономически ефекти върху изследваните предприемачи», е използван метод, който показва ръста на печалбата на изследваните предприемачи благодарение на прилагането на икономическите мерки от по-рано обяснения теоретичен модел.

Целта на този параграф се достига чрез симулация, която включва един прост пример на "системата за трансфер" и някои примери за намаляване на разходите, идващи от сътрудничество и партньорство, прилагани по отношение на данните, свързани с изучаваните заведения.

Поради тази причина, в съответствие с целта на този параграф, само сътрудничеството и отношенията, свързани с намаляването на следните оперативни разходи, които представляват основните разходи на изследваните заведения, се обясняват и прилагат:

- *покупка на стоки.* Според разговорите с местни предприемачи, храната е основната част от тази категория;
- *покупка на енергия.* Според разговорите с местни предприемачи, електрическата енергия и природният газ са основните части на тази категория;
- *разходи за поддръжка,* по-специално свързани със сгради и съоръжения;
- *разходи за администрация и услуги.*

Симулацията показва, че прилагането на "системата за трансфер" на местно ниво,

поради ниските местни данъци, дава толкова ниска икономическа подкрепа, която не може да играе значителна роля в отстраняването на икономическите несъответствия на устойчивия предприемач: при 5% местни данъци, печалбата се е увеличила само от 9,5 % до 10,5 % (1% на разходите). Това наблюдение потвърждава концепцията, която е няколко пъти обяснена в това изследване: решаването на цитираните икономически несъответствия, не може да се постигне от една-единствена мярка или субект, а зависи от участието на няколко публични и частни субекти в даден проект. Вместо това, чрез системата за трансфер и някои видове частно сътрудничество и взаимоотношения печалбата за предприемачите нараства до 28 % от разходите. Особено по време на период на тежка икономическа криза, ниските налични публични ресурси не позволяват на местните публични субекти висока подкрепа в налични финансови средства, и възстановяването на данъци е значителна жертва за тях. Тази проста симулация показва, че икономическите резултати, идващи от сътрудничество и партньорства са напълно различни от тези на местната обществена подкрепа. Чрез един много прост пример, с използване на някои видове сътрудничество и партньорство, е постигнато значително намаляване на оперативните разходи, както и едно много интересно увеличение на бизнес печалбата.

Накратко, тази симулация води до следните заключения:

- 1) "системата за трансфер" може да даде добри резултати, особено на национално ниво;
- 2) местните публични субекти трябва да се фокусират върху развитието на сътрудничество и партньорства;
- 3) добри резултати и най-вероятно разрешението на цитираните икономическите несъответствия се нуждаят от мерки, основани на участието на всички публични и частни субекти.

Според резултатите от симулацията и този кратък анализ , може да се каже, че третата хипотеза е доказана.

7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

7.1. Изводи от изследователските резултати

Анализът на литературните източници очертава, че авторите са фокусирани основно върху екологичните и социалните измерения на устойчивото развитие. Икономическият аспект е анализиран от макроикономическа гледна точка и почти няма изследовател, който да смята въпроса като проблем на микроикономиката. Това схващане представлява голямо противоречие, защото в същото време повечето изследователи са съгласни, че малките фирми на местно ниво играят голяма роля за инициативите на бизнеси с определена чувствителност към състоянието на околната

среда (Dewhurst и Thomas, 2003).

Общоприето е, че малките предприятия са двигателите за прилагане на устойчиви практики, но представените проучвания не дават достатъчно индикации за решаването на икономическите ограничения/пречки, които са характерни за малките местни предприемачи в туризма. Липса или недостатъчно информации за икономическите характеристики на тези субекти е друга последица от тази противоречива визия на много изследователи.

Друга спорна визия на много автори е свързана с причините за приемане на устойчиви бизнес практики от страна на местните предприемачи. Някои автори обосновават прилагането на устойчиви практики в областта на моралните - етични съображения, докато малките и големите предприемачи посочват печалбата като главна причина за своите инвестиции и усилия. Тези съображения водят до заключението, че проучената литература не поставя икономическия аспект в центъра на въпроса и не дава конкретен принос за определяне на основата за развитието и оцеляването на устойчивия туризъм.

Резултатите очертават, че повечето изследвани области, както и местните туристически фирми в тях, се намират в критична ситуация от икономическа и социална гледна точка. Ниските ресурси, ниските знания, проблеми в управлението, както и в областта на финансовите и капиталови аспекти, обезлюдяването, застаряващата структура на населението, липсата на обществена подкрепа, негативните възприятия за бъдещите финансови резултати и т.н., са най-често срещаните концепции, показани в текста.

Тези проблеми позволяват на повечето субекти просто да оцеляват и те не осигуряват необходимите условия за прилагане на устойчиви практики. Малките предприемачи в туризма не могат да имат финансови средства, умения и т.н., за да развият дългосрочна инвестиция, необходима за постигане на устойчивост. В допълнение към тези препятствия, резултатите очертават липсата на обществена подкрепа, както и на много ниската степен на използване на банкови кредити от малките местни фирми, което би могло да бъде единственият шанс за развитие на високи инвестиции, свързани с устойчивите практики.

Беше посочено, че устойчивите туристически предприемачи са засегнати от икономически несъответствия (първата изследователска хипотеза), но поради липсата на устойчиви туристически предприемачи сред изследваните, тя не може да бъде доказана. Въпреки това, резултатите ясно показват, че малките местни предприемачи в туризма се характеризират с много критична икономическа ситуация, която поставя оцеляването като основната им стопанска цел. Според тези съображения, е много трудно да се предположи, че те са в състояние да отговорят на потребностите, свързани с

устойчивостта.

Поради тази причина, фокусът е насочен към решаването на тази икономическа ситуация, която според автора е основната пречка за прилагане на устойчиви практики.

Според тази цел е разработен теоретичен модел въз основа на следните основни съображения:

- устойчивите предприемачи запазват колективното наследство, следователно те развиват публична функция, за която трябва да им се плаща от всички, които извличат ползи от устойчивостта (плащането на устойчивия предприемач е един от основните аспекти от виждането на автора);
- всяка мярка трябва да се фокусира върху растежа на печалбата на малките туристически предприемачи;
- решението не може да бъде постигнато чрез една единствена мярка или субект, то зависи от участието на няколко публични и частни субекти в даден проект.

Според тази концепция, както публични, така и частни субекти трябва да бъдат включени в координирана система от мерки, която включва три части:

- туристически такси;
- “система за трансфер“;
- развитието на сътрудничеството и отношенията между публични и частни субекти.

Изследването е насочено главно към втората и третата части, защото се приема, че въвеждането на нови данъци и такси не допринася за едно добро решение на проблема, особено в сегашния период на икономическа криза. Системата на трансфери и сътрудничеството са главните иновации на представеното изследване с цел да бъде показано как да се намерят и къде да се изразходват ресурсите така, че да се получат максимални резултати с оглед предоставяне на икономическа подкрепа за малките местни бизнеси.

С две думи системата за прехвърляне се основава на принципа, че печалбата, постигната от публичното предприятие в резултат на устойчиви сделки между устойчивия купувач и неговия доставчик, трябва да бъде върната на устойчивия туристически предприемач: устойчивостта представлява колективно наследство, поради което не може да бъде печалба за някои публични субекти. В същото време беше показано, че системата за прехвърляне не представлява разход за публичния субект, но е краткосрочна инвестиция и временно използване на финансови ресурси, които ще се върнат на публичния субект благодарение на по-високите местни данъци, плащани от доставчика, който става по-конкурентоспособен според "обратната връзка".

Публичното облагане (публичен колективен принос) е един от най-използваните от страна на публичните субекти инструменти, въпреки факта, че може да възникне

следното противоречие. Поради икономическите сделки между устойчивия предприемач и неговия доставчик, който принадлежи към високо развити области, повечето обществени такси в полза на устойчивото развитие се ръщат към най-богатите райони. По принцип, може да се предположи, че общественото облагане повишава икономическите разлики между районите, докато системата за пренасяне (трансфер) води до по-висока степен на хомогенност между тях.

Глава 6 показва симулация за икономическите ефекти от гледна точка на намаляване на разходите на изследваните предприятия, чрез "системата за трансфер" и някои видове сътрудничество и партньорства. Тези прости примери показват, че "системата за трансфер" дава много ниска икономическа подкрепа, ако се използва на местно равнище, което се дължи на ниските местни данъци. Вместо това, тя може да играе значителна роля в подпомагането на устойчивите предприемачи, когато е включено национално данъчно облагане.

Развиването на сътрудничество и взаимоотношения между публични и частни субекти е друг център на предложения теоретичен модел. Според резултатите, сътрудничеството и връзките са дали най-добрите икономически резултати по отношение намаляване разходите на малките местни бизнеси.

По принцип, координация между правителствените органи и други сектори са посочени от няколко автори като Lickorish (1991), Singh (1999 г.) и Butler (2009), но техните съображения се отнасят главно към макро-икономиката. Това изследване, вместо това, се фокусира на ниво микро-икономика. Сътрудничеството и партньорства са анализирани и проучени, за да се намерят своите обекти и съдържание, както и ролите на публичните и частните субекти, участващи в едни и същи конкретни мерки. Този въпрос се анализира чрез графичен инструмент, наречен "диаграма на кръговете", даващ няколко интересни индикации за характеристиките на частното и общественото сътрудничество. Като се имат предвид следните три категории, местни публични субекти, външни публични субекти и частни субекти, са получени следните предположения:

- повечето оперативни разходи трябва да бъдат включени в мерките, основани на сътрудничество между трите цитирани субекти;
- производството и развитие на нови туристически оферти трябва да включва местни публични субекти и частни такива;
- промоцията и реклама на туристически оферти трябва да включва частни субекти и публични субекти, разположени извън зоната;
- решаването на финансовите въпроси трябва да включва частни лица и публични субекти, разположени извън територията, докато местните публични субекти трябва да бъдат насочени към гарантиране на банкови кредити;
- външните публични субекти играят голяма роля в оцеляването и развитието на

местните устойчиви туристически предприемачи.

Тази последна точка води до следното важно и очевидно съображение: устойчивостта не е местен въпрос, тя включва частни и обществени субекти, разположени навсякъде.

Цитираната симулация показва, че някои прости видове сътрудничество и партньорства, благодарение на своите положителни ефекти върху намаляване на разходите, повишават печалбата на устойчивия предприемач до 28% от разходите, което със сигурност представлява добро ниво в областта на туризма. Разбира се, не може да се твърди, че тези мерки са достатъчни за прилагането на устойчиви практики, но въпреки това това представлява добър ръст на печалбата и е първата важна стъпка за решаването на този въпрос.

Голямата роля на сътрудничество за оцеляването и развитието на малките предприятия е било доказано от констатациите, които дават важни индикации. Анкетираният смята, че сътрудничеството е много важен инструмент за тяхното управление, както и за нематериални инвестиции, като промоция и реклама, но в същото време, те са посочили публичните субекти като лидер на сътрудничеството и партньорствата между местните субекти. Тези две съображения водят до това заключение: малките местни предприемачи смятат, че нематериалните блага са много важна част от управлението, но вероятно поради ограничените им ресурси, те считат тези инвестиции за задача на съвместните действия между публични и частни субекти, които трябва да бъдат ръководени от местния публичен субект. Все пак, въпреки тези съображения, констатациите включват само някои примери за съвместни действия между изследваните предприемачи: само няколко предприемачи са участвали в местни съвместни действия с други субекти, свързани с конкретни събития за много кратки периоди. Това са случайни сътрудничества и не принадлежат към централната част от тяхната бизнес стратегия.

Теоретичният модел включва сред основните му части разработването на съвместни действия между публични и частни субекти. Поради тази причина авторът е издигнал хипотезата за развитие на сътрудничеството и партньорството с течение на времето. Тази тенденция включва пет фази, които представляват различни нива на развитие на сътрудничеството между публичните и частните субекти. Според констатациите, изследваните области имат общи аспекти само с първите фази на тази тенденция (така наречената "представителна ситуация" е между втората и третата фаза), по този начин те не показват най-интересните характеристики, предоставени от цитирания теоретичен модел, който са в последващите етапи след трета фаза.

Проучването на икономическите характеристики и нужди на малките туристически предприемачи е друга цел на това изследване. Чрез анализа на констатациите е установено, че често условията на национално ниво не се потвърждават на местно ниво.

България е един интересен пример. Благодарение на архитектурно-историческото наследство, политиката и т.н., тази страна има най-добри условия за развитие на местния туризъм. Българските села, както и местните предприемачи в туризма, вместо това, показват по-лоши условия от гледна точка на инфраструктура, туристически съоръжения и услуги, сред всички изследвани. Предимствата на национално равнище се неутрализират на местно ниво, и този факт може би зависи от липсата на добра политика, целяща да превърне тези предимства в местна силна страна.

Сърбия показва обратната на България ситуация. На национално ниво тя се характеризира с няколко потенциални проблема и ограничения за развитие на туризма, като повечето от тях идват от скорешни международни събития, докато сръбските дестинации имат най-добрите условия за развитие на местен туризъм. Трябва да се отбележи, обаче, че повечето сръбски дестинации са твърде фокусирани върху специфични събития или туристически атракции, които често не прехвърлят своите положителни ефекти върху другите местни туристически предприятия. Мечавник представлява най-добрият пример. В действителност, въпреки голямата си роля в развитието на района, като например местен демографски растеж и развитие на строителството, досега този туристически комплекс не е бил в състояние да стимулира създаването и развитието на други местни туристически фирми.

Накратко основните концепции и резултати от настоящото изследване могат да се обобщят в следната таблица:

Теория
Повечето литературни източници изучават икономическите аспекти на малките устойчиви предприемаче главно на макроикономическо ниво
За да се получат конкретни индикации, въпросът трябва да се разглежда на микроикономическо ниво
Въпросът трябва да включва както публични, така и частни субекти, както и няколко мерки в подкрепа на устойчивостта
Устойчивият предприемач трябва да бъде заплатен за своята публична функция
Публичните субекти не следва да получават печалба от устойчивостта
Публичното облагане може да дава подкрепа за най-богатите територии
Системата на трансфери не е разход за публичния субект, тя е инструмент за даване на преимущество
Системата на трансфери дава значими резултати само на национално ниво на данъчно облагане
Сътрудничеството и партньорствата могат да дадат конкретна подкрепа за малките устойчиви предприемачи
Подкрепата на малките устойчиви бизнеси не е локален проблем, тя включва субекти извън територията
Подкрепата на малките устойчиви предприемачи трябва да дойде също и от масовия туризъм
Сертифицирането на устойчивия туризъм е едно от главните условия за прилагането на устойчиви практики
Предположението, че сътрудничеството и партньорствата ще нарастват с течение на времето, е основателно.
Диаграмата на кръговете е едновременно метод за представяне и аналитичен метод
Констатации
Предприятия
Повечето местни туристически предприемачи имат ниски финансови ресурси
Повечето местни туристически предприемачи имат ниски икономически и технически познания

Малките туристически предприемачи срещат големи пречки за получаване на банкови заеми
С изключение на българските малки туристически предприемачи, всички други използват само свой капитал
Липсва публична подкрепа
Малките местни туристически предприемачи се насочват само към инвестиции в материални активи
Малките местни туристически предприемачи отхвърлят инвестициите в нематериални блага
Инвестициите в нематериални активи са предмет на публични и частни сътрудничество и партньорства
Малките местни туристически предприемачи показват големи противоречия в управлението между техните цели и действия
Малко на брой малки местни туристически предприемачи са били включени в съвместни дейности с други субекти и то за много кратки периоди
Малките местни туристически предприемачи смятат, че публичният субект е лидерът за местно сътрудничество и партньорства
Нито един от изследваните местни туристически предприемачи не прилага устойчиви практики
Повечето респонденти очакват намаляване на свята бъдеща печалба
Туристически дестинации
България приглежда най-добрите условия за туристическо развитие на национално ниво
Българските села и предприемачи имат най-лошите условия, като инфраструктура, туристически съоръжения и услуги, за местно туристическо развитие
Сръбските села и предприемачи притежават най-добрите условия за местно туристическо развитие
Сръбските села се фокусират върху конкретни събития или местни атракции, поради това ефектите върху местните туристически предприемачи не са толкова значими
Сръбските села имат много ниска степен на разнообразна чуждестранна клиентела, което може би се дължи на техните международни проблеми/напрежения
Всички изследвани дестинации могат да бъдат потенциални участници в устойчиви проекти благодарение на своето културно и природно наследство
Освен Брайчино и Мечавник всички села са засегнати от обезлюдяване
Публичните субекти участват в защитата на околната среда
Всички села имат много беден спектър на търговска дейност
Основната икономическа дейност е селското стопанство
Повечето местни ползи, идващи от туризма, напускат дестинацията
Мечавник не демонстрира качествата, необходими за устойчив туризъм и е едновременно добър и лош пример за влиянието на туризма върху селски райони

Таблица (7-1)

7.3 Предложения и препоръки

Като цяло проучването показва, че изследваните области, както и техните местни фирми се характеризират с критична ситуация и липсата на условия за прилагане на устойчиви практики от местните предприемачи в туризма. Много проблеми и пречки трябва да бъдат решени, за да се развие устойчивост, която с право е смятана за най-добрия шанс за икономически растеж за повечето от селските райони. По мнение на автора, развитие на устойчивост не може да бъде постигнато чрез отделни проекти, то трябва да дойде от процес на голямо планиране с участието на всички публични и частни субекти. Това е задача за всеки, който има ползи от устойчивостта. Поради тази причина, предложения и препоръки трябва да се отправят както към публичните, така и към частните субекти.

7.3.1 Публични субекти

Разработване на устойчиво планиране между всички публични и частни обекти.

Местната устойчивост е задача/въпрос на общественото планиране, което трябва да включва всички публични и частни субекти. Прилагането на устойчиви практики от някои частни предприятия, когато то не принадлежи, към местното устойчиво публично планиране, не може да доведе до значителни резултати. Публичният субект трябва да бъде двигател на развитието на устойчивия местен проект.

Провеждане на кампании за повишаване разбирането и възприемането на устойчивостта.

Устойчивостта е стил на живот, който осигурява благополучие на настоящите и бъдещите поколения. Нейното постигане се нуждае от големи усилия в комуникацията от страна на публичните институции и от мерки, насочени към цялото население.

Разработване на специфична местни обучения за устойчиви предприемачи

Установено бе, че липсата на знания е една от основните пречки за развитието на бизнеса, както и за прилагане на устойчиви практики. Създаването на местно обучение, както и kd учене през целия живот може да бъде начин за отстраняване на липсата на знания в икономическите и технически области, които характеризират малките местни предприемачи в туризма. Организиране на местни срещи между предприемачи и експерти със сигурност е друга интересна възможност за растеж на местния бизнес. Обучения по отношение на хората с увреждания и основно медицинско обслужване не могат да бъдат забравени.

Установяване на обществен съветник по икономически и технически въпроси за местните устойчиви предприемачи.

Опитът показва, че особено старите хора често имат много трудности, за да участват в професионални курсове. Този проблем може да бъде решен чрез свободна икономическа и техническа консултантска услуга, предоставена от местни публични институции (например, също с участието на местните училища и / или професионални асоциации). За да се спестят време и пари, се препоръчва използването на интернет.

Включване в училищните програми на концепциите за устойчивост

Основното и средното образование трябва да включва преподаването на принципите на устойчивото развитие и устойчивостта. Устойчивостта не е избор, а задължение на

всички, и училищата със сигурност са най-добрата възможност, за да се научат тези принципи.

Използване на обществените имоти като гаранции за банкови заеми за устойчивите местни предприемачи.

Гаранциите, изисквани от банковите заеми, са винаги голяма пречка за малките предприятия, които се характеризират с ниски ресурси. В същото време местните публични институции често имат някоя собственост, която може да бъде използвана като гаранция за социални проекти. Тази мярка трябва да бъде част от по-смело планиране, което в съответствие със закона, има за цел да разработи нова дългосрочна връзка между публичните и частните местни актьори.

Насърчаване на развитието на конкретни споразумения между устойчиви предприемачи и банки.

Публичните субекти трябва да разработят условията за достъп до банкови кредити от страна на малките местни фирми. Благодарение на влиянието им при договаряне и институционалната им роля, те могат да играят основна роля за намаляване на разходите по получаване на заеми за местни устойчиви бизнеси.

Насърчаване на развитието на местното сътрудничество и партньорства

Според констатациите, местното сътрудничество и партньорства трябва да бъдат установени и ръководени от публични субекти. Развитието на устойчиви форми на сътрудничество трябва да бъде основната цел, но, по мнение на автора, е трудно да бъде постигнато от малки местни туристически предприятия без обществена подкрепа/помощ. Публичният субект показва твърде ограничена представа за своята роля в развитието на туризма. Той отделя много внимание на някои важни общи аспекти, но напълно забравя сътрудничеството и отношенията между публични и частни субекти, толкова необходими на повечето от туристическите предприемачи в дестинацията.

Насърчаване създаването на кооперации за услуги и гаранции, както и на търговски групи

Западният опит показва, че кооперациите за гаранции дават на своите членове значителна подкрепа за финансиране на бизнеса им, особено за получаване на по-ниски лихвени проценти и необходимите гаранции. Като се имат предвид големите трудности на малките туристически предприемачи относно необходимите финансови ресурси, кооперативите за гаранции могат да бъдат значителна подкрепа за решаването на икономическите проблеми на местните бизнеси.

Насърчаване на увеличението на местна търговска спектър

Липсата на местни доставчици принуждава местните предприемачи да купуват необходимите стоки и услуги извън района. Следователно само много малка част от разходите остава в района и този факт води до прогресивно обедняване на района и общността.

Насърчаване създаването на местни туристически асоциации

Туристическите асоциации често са първата стъпка за приложението на съвместни действия между местните предприемачи и те дават редица предимства на своите членове. Сред тях сравнението и сътрудничеството с други членове са най-значимите.

Насърчаване на развитието на сертифициране на устойчивия туризъм

"Устойчив" трябва да се превърне в официална търговска марка за истински устойчивите предприемачи. Туристите трябва да са в състояние да идентифицират и да разграничат тези инициативи, които използват устойчивостта само за търговски цели, от тези, които наистина представляват духа на философията.

Насърчаване на развитието на системата за трансфер на национално ниво

Показано бе, че системата за трансфер може да доведе до икономически растеж и в краткосрочен аспект, това не е разход за публичния субект благодарение на преимуществото, което дава. Според това твърдение, по-високият административен и оперативен разход, произтичащ от използването на този метод, е единственият недостатък за публичния субект. Въпреки това, с цел да се постигне по-конкретна финансова помощ за устойчивите предприемачи, системата трябва да се прилага на национално равнище.

Разработване на публична подкрепа за инвестиране в нематериални активи от страна на местните малки предприятия

Опитът, както и констатациите показват, че малките местни предприемачи имат много трудности за инвестиции в нематериални активи, независимо от факта, че тези активи са много важни условия за успеха на бизнеса. Според по-ранните концепции, публичният субект трябва да се съсредоточи върху подкрепата на аспекти, части на управлението, които представляват пречка за малките предприятия. Особено, когато наличните ресурси са много ниски, това прави малко нелогично да се подкрепят аспекти на управлението, които така и така ще бъдат направени от предприемача.

Фокусиране върху икономическите проблеми/нужди на местния бизнес

Местните фирми са едно от главните действащи лица за развитието на местната икономика, следователно за тяхното оцеляване са необходими местни икономически условия. Общественото планиране често забравя, че малките местни предприемачи в туризма могат да оцелеят и да се развиват само когато правилата на бизнес печалбата са изпълнени. По отношение на постигането на тези условия публичният субект играе основна роля.

7.3.2 Предприемачи

Инвестиции в нематериални активи, особено в професионализъм, промоция, реклама, обучение и т.н.

Малките предприемачи трябва да променят своята бизнес визия, базирана на материалните аспекти, които трябва да се разглеждат като обикновен инструмент на управлението, а не като основната им бизнес цел. Днес професионализмът е основното условие за успеха на бизнеса и често малки предприятия, притежавани от стари хора, не растат, защото техните собственици смятат опита си достатъчен за развитието на техния бизнес и за решаването на ежедневните трудности. Когато преподавах, често използвах, този принцип: "фирмата е като растение, когато то не расте, означава, че умира".

Бъдете бизнес-ориентирани

Констатациите показват, че повечето предприятия не са управлявани в съответствие с основните икономически правила, това вероятно е следствие от липсата на бизнес визия на техните собственици. Когато оцеляването е тяхната основна цел и бизнес печалбата е само една малка част от семейните приходи, условията за развитие на бизнеса липсват: предприятието не расте и намаляването на печалбата ще доведе до края на бизнеса.

Дългосрочна визия на бизнеса

По мнение на автора краткосрочната бизнес визия, която обикновено характеризира малките предприемачи, е една от основните пречки за прилагане на устойчиви практики и представлява риск за оцеляването на собствената им фирма. По принцип всяка фирма се нуждае от краткосрочен проект, принадлежащ към дългосрочно планиране

Помислете за прилагането на устойчиви практики като за най-добрата възможност за растеж

Повечето изследвани дестинации очертават икономика в застой, което води до обезлюдяване на селата: следователно са необходими промени. Установено бе, че устойчивостта не може да бъде постигната от малките местни предприемачи в туризма без подкрепата от други субекти, но в същото време това е най-добрата възможност за

развитие на местната икономика. Поради тази причина, малките местни предприемачи в туризма трябва да се фокусират върху постигането на икономическите и оперативни условия за прилагане на устойчиви практики

Сътрудничество и партньорства в централната част на собствената бизнес стратегия.

Сътрудничество и партньорство не могат да бъдат незначителни аспекти на управлението и инструмент, който се използва само по време на няколко дни в годината. Опитът показва, че един предприемач, фокусиращ се само върху защитата на предприятието си, не може да отиде далеч.

Установяване на местни съвместни действия с други субекти
Както по-горе.

Използване на банкови заеми в бизнеса

При разговорите с някои от местните дребни предприемачи бе установено, че често те не използват банкови заеми, поради липсата на икономически условия (напр. висок лихвен процент) за това и голямото им недоверие в банковия сектор. Въпреки това, според резултатите от настоящото проучване, банковите заеми са много важен инструмент за управление и често са единствената възможност за икономическото развитие на много изследвани предприятия. Постигането на икономическите и оперативни условия за получаване на банкови кредити трябва да бъдат основен момент в тяхното управление.

Разработване на туристически оферти и услуги за хора с увреждания.

Говорейки за туристи с увреждания, често дребните предприемачи мислят само за хора с големи увреждания като хора в инвалидни колички, слепи и т.н. Това е голяма грешка, защото също така по-възрастните хора често имат потребности, които произтичат от по-дребни увреждания: архитектурни бариери, специални бани, асансьори, конкретни храни, както и памперси за възрастни хора и основно медицинско обслужване, като например контрола на кръвното налягане, са само някои примери. Според факта, че в бъдеще по-възрастните туристи ще се превърнат в голяма част от туристическото търсене, тази аспекти ще трябва да присъстват в предприятието.

7.3.3. Население

Помислете за устойчивостта като задължение

Устойчивостта не е избор, а задължение на сегашното поколение, за да се гарантира икономическото развитие на бъдещите поколения. В съответствие с този принцип, цитираният въпрос/декларация на Лоренцо де Медичи "Кой би предпочел да бъде щастлив, ако утре не е сигурно?" не може да бъде приет. Казано бе, че всеки трябва да подкрепя устойчивото развитие и това води до жертви по отношение на нови туристически такси и промени в собствените туристически навици. Устойчивото развитие зависи от публичните институции, предприемачите и хората, като всеки от тях трябва да изпълни своето задължение.

Разработване на търсенето на устойчив туризъм

Според автора това е едно от най-важните предположения за устойчиво развитие. Бизнес икономиката учи, че почти винаги туристическата оферта зависи от търсенето, чиито характеристики обуславят туристическите продукти, както и управлението на туристическите предприятия. Докато търсенето на устойчив туризъм остава на много ниски нива, устойчивото развитие на туризма ще зависи само от футуристичната визия на няколко предприемачи. Значителен ръст на търсенето на устойчив туризъм би било най-доброто условие да бъде стартиран както политическия, така и управленския процес, нужен да превърне устойчивостта в централна част на местното икономическо развитие.

7.4 Приноси на дисертационния труд

Настоящото изследване представлява принос към научната литература относно икономическите аспекти на малките местни туристически бизнеси и прилагането на устойчиви бизнес практики, а така също предлага модел за устойчиво туристическо развитие.

Накратко основните изследователски приноси могат да бъдат обобщени по следния начин:

1) По отношение на теорията:

1. Разработен е модел за устойчиво туристическо развитие, чиито силни страни са:
 1. Разпределяне на подкрепата за устойчивото развитие върху всички публични и частни субекти;
 2. Полученият балансиращ ефект;
 3. Постигане на най-добрите икономически ефекти от наличните ресурси;
2. Раязкриване на тенденция, която, показваща най-разумните и добри фази в развитието на сътрудничеството и партньорствата с течение на

времето, дава важни индикации за публичните планови органи относно бъдещото местно планиране;

3. Въвеждане на нова визия относно ролята на устойчивите туристически предприемачи за защита на колективното наследство.

– По отношение на методологията:

- въведен е графичен метод, използван както за представяне, така и за анализ;
- Разкрити са индикации, свързани с разрешаването на редица оперативни въпроси по време на настоящето изследване, които могат да бъдат полезни за по-нататъшни проучвания.

– По отношение на изследователската работа:

- Направено е проучване на икономическите характеристики и нужди на малките местни туристически бизнеси;
- Проучена е туристическата ситуация в малки селски туристически дестинации на Балканите;
- Направено е сравнение между икономическите характеристики на малки селски туристически дестинации, както и на местни туристически предприятия в трите Балкански държави

Публикации, свързани с дисертационния труд

Cotifava F. (2012) **BALKANS**, A.B.A.T. Balkania - association of Balkan Alternative Tourism, Skopje, p. 116

Cotifava F. (2013) **Economic Assumptions to Development of Sustainable Tourism**, International Journal of Responsible Tourism, Volume 2 Issue 2/2013, pp. 64-87

Cotifava F. (2013) **Public Support for Sustainable Tourism**, Год. На СУ, ГГФ, Книга 2-География, т.105

Cotifava F. (2014) **Field Research of Sustainable Tourism: Investments and Funding of Local Tourism Entrepreneurs and Public Role in Tourism Development of Balkan Destinations**, Год. На СУ, ГГФ, Книга 2-География, т.106, (под печат)

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

Декларирам, че настоящата дисертация е изцяло авторски продукт и при нейното разработване не са ползвани в нарушение на авторските им права чужди публикации и разработки.

