

ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

ГЕОЛОГО-ГЕОГРАФСКИ ФАКУЛТЕТ

Книга 2 – ГЕОГРАФИЯ

Том 109

ANNUAL OF SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”

FACULTY OF GEOLOGY AND GEOGRAPHY

Book 2 – GEOGRAPHY

Volume 109

ПРИНОСЪТ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КЪМ УСТОЙЧИВОТО ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ НА ПРИМЕРА НА СОФИЯ

ВАСИЛ МАРИНОВ

Катедра География на туризма
e-mail: vasil.marinov@gmail.com

Vasil Marinov. TOURISM ENTERPRISES CONTRIBUTION TO SUSTAINABLE TOURISM DESTINATION DEVELOPMENT: THE CASE OF SOFIA MUNICIPALITY

Following a discussion on the crucial role of the tourism business in the implementation of sustainability principles in tourism destinations' development, the paper presents results of a survey of tourism enterprises in Sofia in the framework of pilot testing of the European Tourism Indicators System (ETIS). The conclusion drawn is that ETIS reflects the substantial role of the business to achieve sustainability and is applicable in Bulgarian context if properly adapted, and some of the constraints of methodology are discussed. The strengths and weaknesses of the tourism business in Sofia from the view point of sustainability are outlined, and recommendations to the local authorities and the destination management organization are provided to broaden sustainable operation practices within tourism enterprises and to improve their contribution to sustainable destination development of Sofia as tourism destination.

Key words: sustainable tourism development, sustainable operations, destination management, indicators, monitoring.

ПОСТАНОВКА НА ПРОБЛЕМА И ЦЕЛ

В съответствие с прогнозите от началото на 90-те години на XX в. (Zimmer, 1991; Middleton, Hawkins, 1993 и др.) през последните десетилетия устойчивото развитие се превърна в главна парадигма за развитието на туристическите дестинации, която разширява и промяна фокуса на по-традиционния стремеж към повишаване на тяхната

конкурентоспособност. Прегледът на стратегиите за развитие на множество дестинации от различни страни показва, че те в крайна сметка са подчинени на двете тясно свързани и допълващи се цели – конкурентоспособност и устойчивост (Mangion, 2011, с. 48). Тази връзка личи особено ясно в дефиницията за конкурентоспособност на туристическата дестинация на Ritchie и Srouch (2003, с. 2): „Това, което прави туристическата дестинация истински конкурентоспособна, е нейната способност да увеличава туристическите разходи, да привлича все повече посетители, като при това им осигурява удовлетворяващо и запомнящо се преживяване и прави това по доходен начин, като същевременно повишава благосъстоянието на жителите на дестинацията и опазва природния капитал на дестинацията за бъдещите поколения“. Тази дефиниция е в съзвучие с интерпретацията на устойчивото туристическо развитие като баланс между различни аспекти, сфери и интереси на различни заинтересовани страни (Маринов, 2002, с. 336).

Напредъкът към постигане на устойчиво развитие на туристическите дестинации зависи от действията на множество участници: международни организации, централни и местни власти, организации за управление на дестинациите, предприятия от частния сектор, заетите в туризма и техните организации, неправителствени организации, местни общности, образователни институции, самите туристи, международни агенции за развитие (UNWTO, 2013, с. 19–20). Централно място сред тях заемат предприятията от частния сектор и по-специално туристическите предприятия. Широко известно е твърдението на Porter (2003, с. 23), че богатството се създава на микроикономическо ниво и зависи от стратегиите и практиките на компаниите, както и от микроикономическата среда. Развитието се прави от бизнеса, а ролята на другите участници е преди всичко регулираща, улесняваща, катализираща, насочена към създаването и поддържането на благоприятна среда за неговото функциониране (Маринов, 2005, с. 35, 55). Котифава (2014, с. 23) подчертава, че прилагането на устойчиви практики зависи от много фактори, но от особено значение са характеристиките и ограниченията на предприемачите. В крайна сметка именно от туристическия бизнес зависят инвестициите, развитието и пазарната реализация на продукта, предоставянето на услуги, създаването на заетост и генерирането на доходи, и от него се очаква в своите действия той да бъде отговорен към околната среда, заетите и местните общности (UNWTO, 2013, с. 19–20). В предишни наши изследвания е показано, че реалното приложение на принципите на устойчивото развитие в туризма става факт, само когато на него започне да се гледа като на бизнес-проблем с ясни финансови измерения не само в далечното бъдеще, но и в краткосрочен аспект (Маринов, 2002, с. 334).

Същевременно, както подчертават Roberts и Tribe (2008, с. 575), малко се знае за приноса на туристическите предприятия в подкрепа на напредъка на дестинациите към постигане на целите на устойчивостта, което е валидно по-специално за малките предприятия, които са доминиращи в туризма (дефинирани от авторите като предприятия с до 50 заети). Във връзка с това те очертават два основни проблема: дефицитът на системи от индикатори за устойчиво развитие на микроорганизационно равнище, и фокусирането на преобладаващата част от изследванията върху нагласите и интерпретациите, а не върху действителното прилагане на принципите на устойчивото туристическо развитие (Roberts и Tribe, 2008, с. 576). Подценяването на малките предприятия и специфичните

предизвикателства, пред които те се изправят при прилагане на концепцията за устойчиво развитие, е коментирано и от други автори (Асенова, 2010; Котифава, 2014).

Туристическият бизнес в София е бил обект на интензивно проучване през последните години, но аспектите на устойчивото туристическо развитие са подценени¹.

В този контекст целта на настоящата статия е да представи информация за прилагане на принципите на устойчиво развитие от туристическите предприятия в София, респективно за техния принос към устойчивото развитие на София като туристическа дестинация.

МЕТОДИКА

Изследването на туристическите предприятия от гледна точка на устойчивото развитие е осъществено в началото на 2015 г. като част от прилагането на Европейската система от индикатори за устойчиво развитие на туристическите дестинации (ETIS) в Столична община, възложено от Общинско предприятие „Туризм“ – Столична община (Маринов и др., 2015).

ETIS е система от индикатори за мониторинг на устойчивото развитие и управление на туризма на ниво дестинация, предложена от Европейската комисия през 2013 г. (ЕС, 2013). Тя има за цел да предостави на заинтересованите от развитието на туризма полезен и лесен за ползване инструментариум за измерване и наблюдение на процеса на управление на устойчивостта, както и да даде възможност на дестинациите да споделят и сподоставят своя напредък и постигнатите резултати. Системата ETIS включва набор от индикатори, Ръководство за прилагане и масив (матрица) от данни, както и примерни въпросници за провеждане на анкетни проучвания с цел осигуряване на необходимата първична информация за попълване на масива от данни. Системата покрива всички аспекти на устойчивото развитие, като индикаторите са разпределени в 4 раздела, включващи икономическите, социо-културните и екологичните влияния на туризма, както и управлението на устойчивото туристическо развитие на дестинационно ниво. Общият брой на индикаторите е 67, от които 27 основни и 40 допълнителни.

Изходната информация за индикаторите се набира от различни източници: официални статистически данни на Националния статистически институт (16%), общинска администрация и/или организация за управление на дестинацията, в случая ОП

¹ През 2011 г. е проведено анкетно проучване сред ключови участници в туристическото развитие на София (места за настаняване, туроператори и туристически агенции, културни институции и религиозни обекти) за набиране на първична информация в подкрепа на туристическата политика и планирането на София като туристическа дестинация, като състояние и особености на туристическото търсене, оценка на общинската инфраструктура, оценка на дейността на Консултативния съвет по туризъм, нагласи за сътрудничество със Столична община (Резултати..., 2011). През 2012 г. е осъществено проучване на настанителния сектор в София, което се основава на анализ на статистически и административни данни и на анкетно проучване на места за настаняване и се фокусира върху оценка на състоянието и тенденциите в развитието на настанителния сектор, обема и структурата на туристическото търсене, проблемите и ограниченията в развитието и очакванията към местните власти, оценка на дейността на културно-информационния център, отношението към туристическия данък и публично-частното партньорство (Маринов и др., 2012). През 2013 г. е проведено ново проучване по подобна методика, но с по-широк обхват на респондентите (включени са и туристическите посредници) и със силно изразен фокус върху маркетинга на дестинацията (Маринов и др., 2013; Marinov et al., 2015).

„Туризъм“ (24%), анкетни проучвания с основни заинтересовани в туристическото развитие – туристически предприятия (37%), посетители (18%) и местни жители (4%)².

При проучването в Столична община всички въпросници, предложени в Ръководството за прилагане на ETIS, са адаптирани към местната ситуация при консултиране с ОП „Туризъм“ и при отчитане на опита от прилагането на ETIS в Дунавския район на България през 2014 г. (Маринов и др., 2014).

Основната част от информацията за поведението на туристическия бизнес в Столична община е получена от въпросника за туристическите предприятия, но за отделни показатели е използвана и официална статистическа информация поради по-високата ѝ надеждност (средна продажна цена на стая и заетост на настанителната база). Въпросникът за туристическите предприятия включва 24 въпроса, преобладаващата част от които са затворени или полузатворени. Единственото изключение са въпросите за броя и структурата на заетите, както и за наименованието на предприятието.

Анкетното проучване е проведено предимно по метода на личното интервю. Направен е опит за провеждане на онлайн-анкета, но възвръщаемостта при този метод е много ниска.

В проучването са обхванати общо 138 предприятия. В съответствие с предварителните насоки за формиране на извадката, преобладават местата за настаняване (51%) и заведенията за хранене (40%), които са гръбнакът на туристическата индустрия. Наред с това са представени, макар и с по-малък брой, предприятия, които определят своя доминиращ бизнес като „развлечение“ (8%), „транспорт“ (0,7%) и „друго“ (1%). Трябва да се има пред вид, че тази типология представя основния (преобладаващия) бизнес на предприятията. Има немалко места за настаняване, които предлагат и хранене, места за хранене, които предлагат развлечения, места за настаняване, чиито собственици са същевременно туроператори или туристически агенти и пр.

Структурата по размер на предприятията (измерена чрез броя на заетите) е типична за туризма (фиг. 11). Преобладават малките предприятия с до 49 заети (87,5%), като 29% от тях са микропредприятия (с до 9 заети), а 58% са с 10–49 заети. Средните предприятия с 50–199 заети имат дял около 10%, а големите (с над 200 заети) са по-скоро изключение (2,2%).

В преобладаващата част от случаите отговорите на въпросника са давани от собственици или служители на ръководна длъжност – 82%, включително 13% – собственик, 36% – главен мениджър и 33% – ръководител на по-ниско ниво.

РЕЗУЛТАТИ

УПРАВЛЕНИЕ НА ДЕСТИНАЦИЯТА

3 от общо 9 индикатора в този раздел са пряко свързани с туристическите предприятия: дял на туристическите предприятия/обекти в дестинацията, които използват

² Общите аспекти на методиката на ETIS и прилагането им в България са коментирани от Асенова и др. (2016) и Marinov (2016).

доброволни сертификационни схеми за околна среда/качество/устойчивост или прилагат мерки за корпоративна социална отговорност; дял на туристическите предприятия/обекти, които изготвят доклади за устойчивост в съответствие с Глобалната инициатива за отчитане; дял на представителите на бизнеса, които запознават посетителите със своите усилия за устойчивост чрез своите продукти, маркетинг или брандинг.

Наличието на сертификат за екологично или устойчиво опериране (ISO 14001, EMAS, Еко-етикет и др.) е сравнително рядко за туристическите предприятия в София. Само 23% от изследваните предприятия са заявили, че имат подобен сертификат. Наличието на сертификат се среща два пъти по-често в заведенията за хранене (33%) в сравнение с местата за настаняване (16%) и другите предприятия (15%). От друга страна, то е характерно главно за по-големите предприятия (над 50 заети – 29%, 10–49 заети – 25%), отколкото за най-малките (до 9 заети – 13%).

Изготвянето на доклад за устойчивост в съответствие с глобалната инициатива за отчетност на ООН е епизодично явление. Само 2 от изследваните предприятия (1,4%) са заявили, че изготвят доклад за устойчивост.

54% от изследваните туристически предприятия представят пред обществеността своите усилия за устойчиво опериране чрез включване на подходяща информация в техните информационни брошури, уеб-сайтове и др. Различията по групи предприятия не са статистически значими, но все пак най-високи стойности се отчитат при предприятията с над 50 заети (59%) и при предприятия с бизнес, различен от настаняване и хранене (69%). Най-ниски стойности се отчитат при заведенията за хранене (49%) и при микропредприятията (48%).

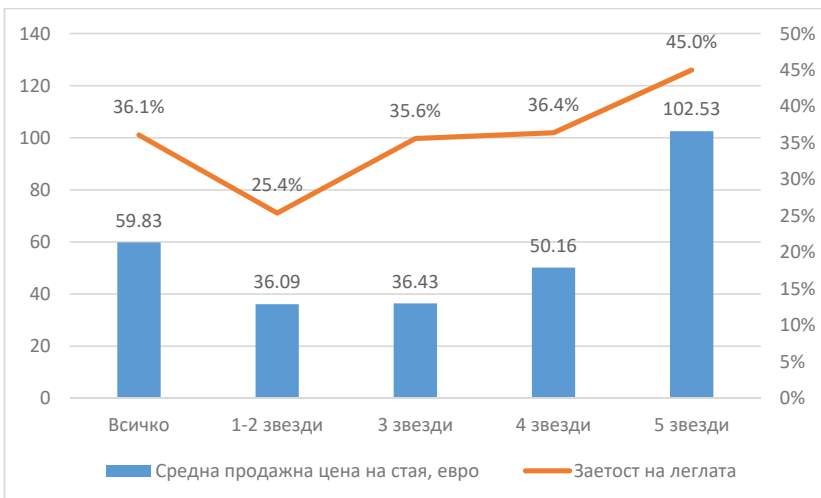
ИКОНОМИЧЕСКИ ВЛИЯНИЯ НА ТУРИЗМА

По-голямата част от индикаторите в този раздел са пряко свързани с туристически предприятия (9 от 18): заетост на местата за настаняване, средна цена на стая, дял на големите предприятия, които се включват в колективния маркетинг на дестинацията, заети в туризма, дял на сезонно заетите, дял на предприятията, които осигуряват стаж за учащите се, дял на предприятията, инспектирани за пожарна безопасност, дял на предприятията, които предприемат действия за снабдяване с местни и устойчиви стоки и услуги, предмет на справедлива търговия, дял на предприятията, които се снабдяват с поне 25% храни и напитки от местни или регионални производители. Има и някои индикатори, които зависят от туристическите предприятия, но измерват по-скоро общото икономическо влияние на туризма в дестинацията и информация за тях се осигурява от други източници (реализирани ношувки в дестинацията, дял на туризма в местната икономика, дял на еднодневните посетители).

Средната продажна цена на стая в Столична община е сравнително висока (за ценовото равнище в България) – 60 евро³, а заетостта – макар и ниска при международно сравнение, също е сравнително висока за българските условия – 36%. Средната про-

³ Средната продажна цена на стая е изчислена по данни от НСИ за 2014 г. въз основа на данните за броя на действително използваните стаи, заетостта на леглата и реализираните приходи от ношувки.

дажна цена на стая е силно диференцирана в зависимост от категорията на местата за настаняване, като тя отразява не само различията в ценовото равнище, но и в постигнатата заетост. Най-добри резултати по двата показателя постигат местата за настаняване от категория 5 звезди, следвани от тези с 3 и 4 звезди. Това е устойчива тенденция, установена и при предишни проучвания. Средната цена на стая и заетостта са били коментирани като основен проблем на настанителния сектор в София, с акцент върху връзката между търсене (заетост) и цена като предизвикателство към класическата крива на търсенето. Констатирано е, че не цената, а качеството на обслужване и професионализмът на мениджмента са решаващи фактори за подобряване на заетостта.

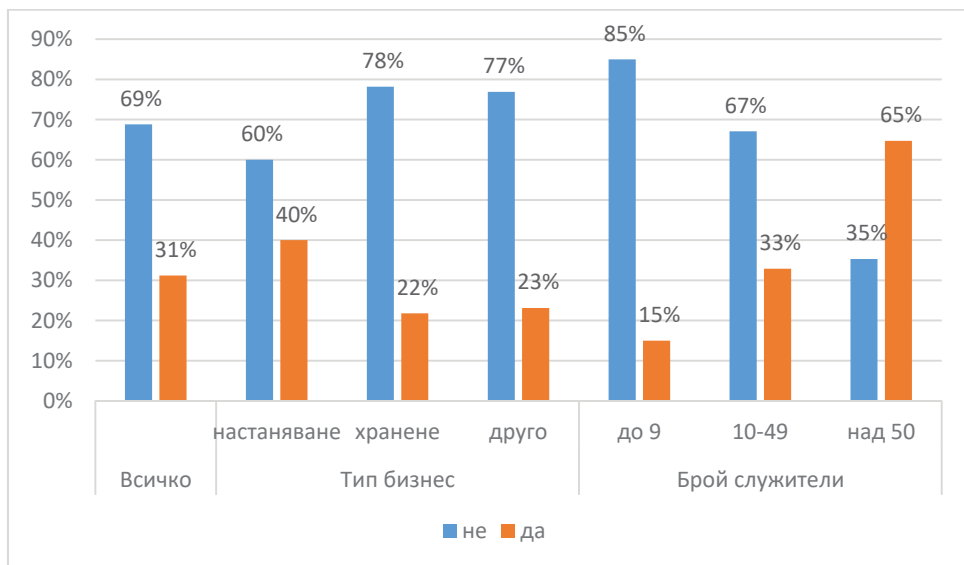


Фиг. 1. Средна продажна цена на стая (евро) и заетост на леглата

Fig. 1. Average room rate (Euro) and bed occupancy

31% от изследваните предприятия са заявили, че участват в действия за колективния маркетинг на София като туристическа дестинация. Този дял е почти два пъти по-висок при местата за настаняване (40%) в сравнение със заведенията за хранене (22%) и другите предприятия (23%). Съществени и статистически значими разлики се наблюдават в зависимост от размера на предприятията. Делът на предприятията, деклариращи участие в колективния маркетинг на дестинацията, нараства от 15% при микропредприятията до 33% при малките и 65% при по-големите предприятия.

Ако се разгледат 10-е най-големи предприятия (индикатор на ETIS), 70% от тях са заявили, че участват в действия за колективния маркетинг на дестинацията.



Фиг. 2. Участие в съвместни маркетингови действия за София като туристическа дестинация

Fig. 2. Participation in collective marketing activities for Sofia as tourism destination

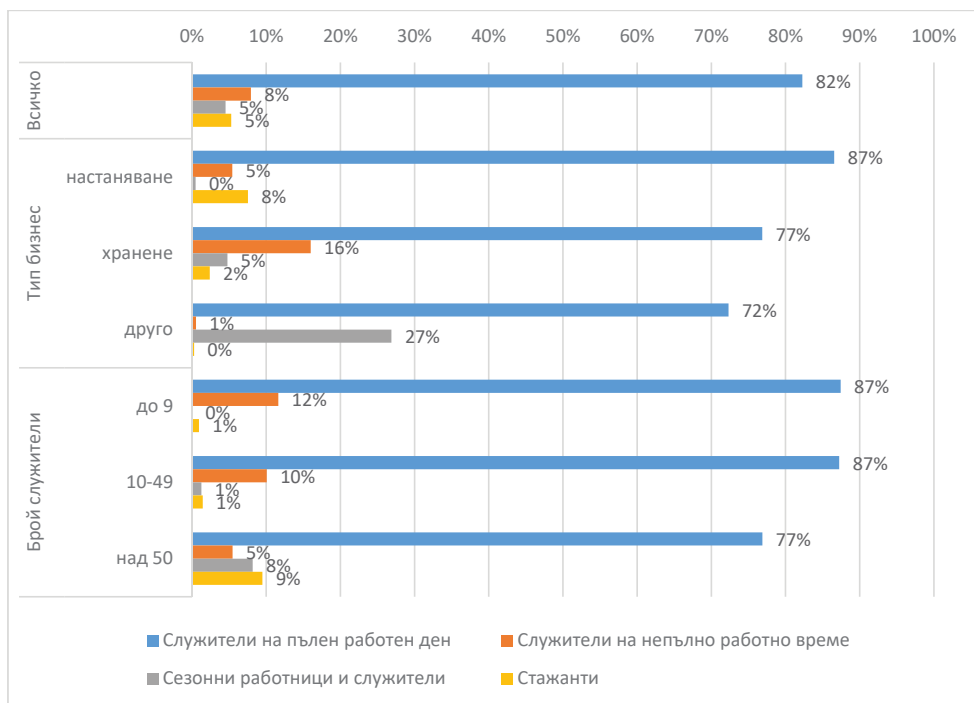
В структурата на заетите в изследваните предприятия *преобладават заетите на пълен работен ден (82,3%)*. На второ място по значение е заетостта на непълно работно време (7,9%). *Сезонната заетост е незначителна (4,5%)*. Малко над 5% от заетите са стажанти.

Работата на непълно работно време е по-характерна за малките предприятия – 12% за тези с до 9 заети и 10% – с до 49 заети, срещу 5% за предприятията с над 50 заети.

Сезонната заетост е в силна зависимост от типа на бизнеса. В местата за настаняване тя е пренебрежима (0,5%), докато при заведенията за хранене достига 4,8%, а при другите предприятия – 27%. Последната стойност се дължи обаче главно на едно специфично предприятие („Витоша ски“ АД), в което сезонно заетите са 36% и представляват близо 2/3 от сезонните служители във всички изследвани предприятия.

Стажантите заемат по-значителен дял от работната сила в местата за настаняване – 7,5% (срещу 0,3–2,4% за останалите) и в предприятията с над 50 заети – 9,5% (срещу 0,9–1,4% за останалите групи).

Близо половината от изследваните туристически предприятия в района (43%) предлагат възможности за производствен стаж на учащи се. Възможности за стаж се предоставят по-често от местата за настаняване (49%) и заведенията за хранене (40%), отколкото от други предприятия (23%). По-силно изразена е зависимостта от размера на предприятието – възможности за стаж се предоставят от почти всички по-големи предприятия (88%), но само от около една трета от по-малките (до 9 заети – 33%, 10–49 заети – 38%).



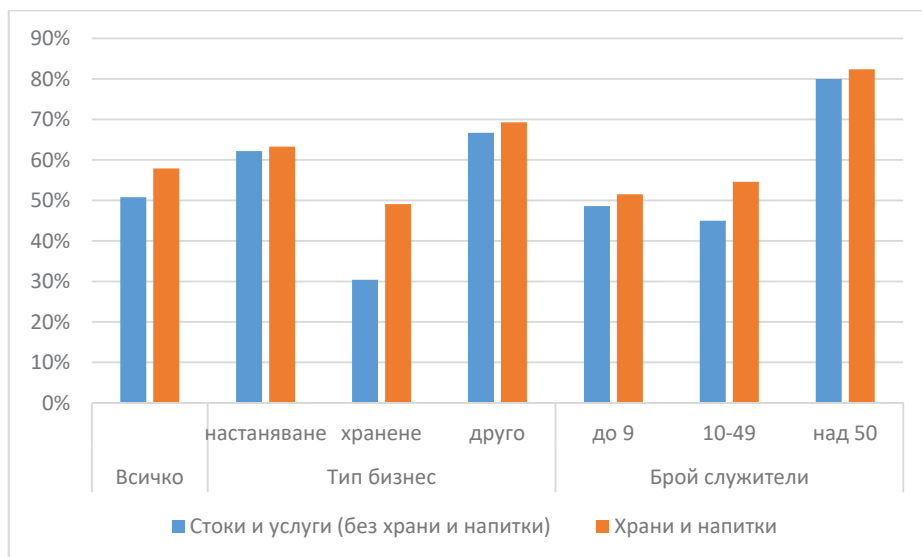
Фиг. 3. Структура на заетостта по вид

Fig. 3. Structure of employment by type

96% от изследваните предприятия са били проверявани за пожарна безопасност през последната година (това е един от индикаторите за осигуряване на здравословни и безопасни условия). Инспектирани са 100% от предприятията с над 50 заети, но и при останалите делът на проверените е висок – 94–95%. По-съществени са различията в зависимост от типа на бизнеса. Докато при местата за настаняване делът на проверените предприятия се доближава до 100% (99%), при другите предприятия той е около 90% (89% за заведенията за хранене и 92% за другите предприятия).

От особено значение за икономическия аспект на устойчивото туристическо развитие е веригата на доставките (снабдяване с местни стоки и услуги). Значителна част от изследваните предприятия в Столична община се снабдяват с местни стоки и услуги (различни от храни и напитки). 51% от предприятията посочват дял на местните стоки и услуги над 25% (включително 26% – над 50%), но 33% посочват дял на местните стоки и услуги до 10%.

Доставките на местни стоки и услуги са много по-характерни за по-големите предприятия, при които делът на предприятията с над 25% местни стоки и услуги достига 80% (при 49% за предприятията с до 9 заети и 45% за тези с 10–49 заети). Делът на



Фиг. 4. Снабдяване с минимум 25% местни продукти, храни и напитки

Fig. 4. Supply with minimum 25% local goods, food and drinks

предприятията с до 10% местни доставки на стоки и услуги при предприятията с до 49 заети е 38%, докато нито едно от по-големите предприятия не е посочило този отговор.

От друга страна, дялът на ползващите над 25% местни стоки и услуги е два пъти по-голям при местата за настаняване (62%) и другите предприятия (67%), отколкото при заведенията за хранене (30%). И обратно, при заведенията за хранене дялът на предприятията с до 10% местни доставки е 2 пъти по-голям (48%), отколкото при местата за настаняване и другите предприятия (24–25%).

Сходни, но малко по-благоприятни, са резултатите за доставките на храни и напитки. Преобладаващата част от изследваните предприятия използват значителен дял местни храни и напитки. 58% от предприятията посочват дял на местните храни и напитки над 25% (включително 27% – над 50%). Този дял отново е по-висок в местата за настаняване (63%) и другите предприятия (69%), отколкото в заведенията за хранене (49%). Дялът на предприятията с над 25% местни доставки на храни и напитки е значително по-висок при по-големите предприятия (82% срещу 55% за предприятията с 10–49 заети и 52% за тези с до 9 заети).

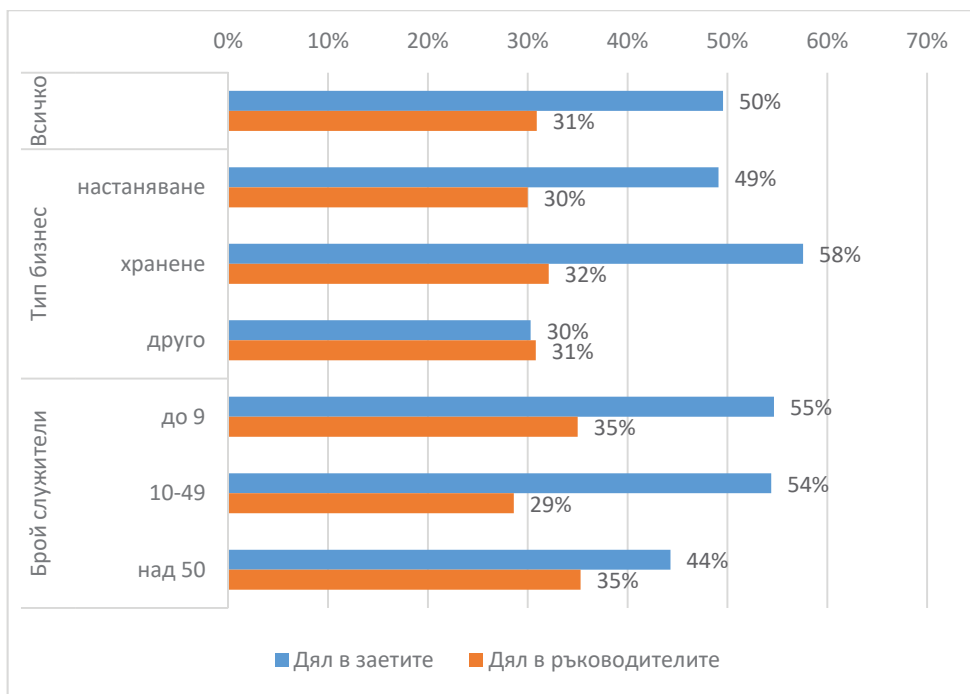
СОЦИАЛНИ И КУЛТУРНИ ВЛИЯНИЯ

Очаквано, по-малко е присъствието на туристическите предприятия в индикаторите за социални и културни влияния на туризма (3 от общо 14 индикатора). Те са кон-

центрирани в две от групите – равенство между половете (дял на жените сред заетите, дял на предприятията, в които ръководителят е жена, и средна заплата на жените спрямо тази на мъжете) и достъпна среда (участие на предприятията в утвърдени схеми за достъпност или разполагащи със съоръжения за хора с увреждания). Няма индикатори за туристическите предприятия по отношение на социалните влияния (влияния върху общността) и защитата и подобряването на местното културно наследство и идентичност.

Средно за изследваните предприятия в общината жените са 50% от персонала, което е по-ниско от средното за страната. Този дял е по-висок при стажантите (59%) и значително по-нисък при сезонно заетите (31%). Делът на жените е по-висок в предприятията за хранене (58%) и за настаняване (49%), в сравнение с останалите предприятия (30%). В последния случай е силно изразен ефектът на едно предприятие с голям брой сезонни работници, от които 80% са мъже („Витоша ски“ АД). Делът на жените е по-висок в микро- и малките предприятия (54–55%) в сравнение с предприятията с над 50 заети (44%).

Въпреки паритета в работната сила, жените са ръководители на туристически предприятия два пъти по-рядко от мъжете. Само 31% от туристическите предприятия в



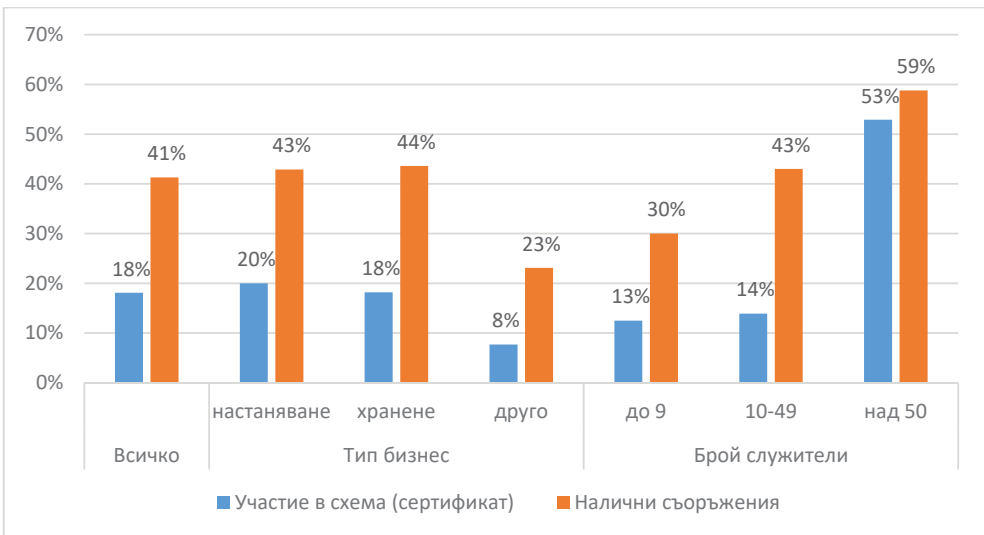
Фиг. 5. Дял на жените в заетостта и управлението на туристическите предприятия

Fig. 5. Share of women in employment and management

Столична община се ръководят от жени, което е значително по-ниско от представянето на жените в работната сила, заета в туризма (50%). По този индикатор няма съществени различия в зависимост от типа на бизнеса и размера на предприятията.

Само 18% от изследваните предприятия в района са декларирали, че участват в призната схема (сертификат или знак) за осигурена достъпност за посетители с ограничена подвижност. Този дял е значително по-нисък за предприятията от групата „друго“ (8% срещу 18% за заведенията за хранене и 20% за местата за настаняване). Той се влияе силно от размера на предприятията – 53% от по-големите предприятия декларираат участие в схеми за достъпност за посетители с ограничена подвижност, срещу 13–14% за по-малките предприятия.

Но, от друга страна, 41% от изследваните предприятия разполагат със стаи или други съоръжения, приспособени към специфичните нужди на посетителите с увреждания или ограничена подвижност. Наблюдават се съществени различия в зависимост от типа на бизнеса и размера на предприятията. Предприятията от категорията „друго“ декларираат два пъти по-рядко наличие на съоръжения, приспособени към нуждите на посетители с увреждания или ограничена подвижност, в сравнение с местата за настаняване (43%) и заведенията за хранене (44%). Делът на предприятията, които разполагат със съоръжения за хора с увреждания, нараства с увеличаване на техния размер – от 30% за микропредприятията, до 43% за малките предприятия и 59% за най-големите предприятия.



Фиг. 6. Участие в схема за осигурена достъпност за хора с увреждания и наличие на съоръжения за хора с увреждания

Fig. 6. Participation in recognized accessibility schemes and availability of facilities adapted to the needs of disabled

ЕКОЛОГИЧНИ ВЛИЯНИЯ

Туристическите предприятия имат съществено присъствие сред индикаторите за екологичните влияния на туризма (10 от общо 25)⁴. Те са концентрирани в няколко групи: климатични промени (дял на предприятията, включени в схеми за смекчаване на измененията на климата или предприемащи действия за адаптиране към климатичните промени, и дял на местата за настаняване, разположени в уязвими зони), управление на твърдите отпадъци (дял на предприятията, които прилагат разделно събиране на отпадъците), третиране на отпадъчните води (дял на предприятията, свързани с канализационната мрежа или прилагачи третично пречистване на отпадъчните води), управление на водите (потребление на вода на 1 ношувка, дял на предприятията с душеве и кранове с нисък дебит и/или тоалетни с двоен бутон или безводни писоари и дял на предприятията, използващи рециклирана вода), използване на енергията (потребление на енергия на 1 ношувка и дял на предприятията, преминали към нискоенергийно осветление) и управление на ландшафтите и биоразнообразието (дял на предприятията, активно подкрепящи опазването, консервацията и управлението на местните ландшафти и биоразнообразието). Няма индикатори за намаляване на влиянието на транспорта, за управление на осветеността и шума, както и за качество на водите за къпане. Поради методически ограничения не са набрани данни за потреблението на вода и енергия на 1 ношувка.

Малка част от изследваните предприятия адресират измененията на климата чрез включване в схеми за смекчаване на изменението на климата или чрез действия за адаптиране към изменението на климата – 9,4%, като 7,2% от предприятията заявяват участие в схеми за смекчаване на измененията на климата и 3,6% – предприемане на конкретни действия за адаптиране към тези изменения. Декларираното участие в схеми за смекчаване на измененията на климата е по-характерно за предприятията от категорията „други“ (23%) и за най-големите предприятия (11%). Предприемането на действия за адаптиране към климатичните промени е по-характерно за предприятията от категорията „други“ (7,7%) и местата за настаняване (5,7%), както и за най-големите предприятия (11,8%). Свободните отговори на въпроса индикират, че разбирането на респондентите е по-скоро за конкретни действия, отколкото за участие в схеми за смекчаване на климатичните промени. Посочените дейности включват: нискоенергийни системи – без да се конкретизират (3 отговора); нискоенергийни уреди (3 отговора); топлоизолация (1 отговор); газова инсталация (1 отговор); рециклиране на отпадъци (1 отговор); участие в кампания „Не искам картонена чаша“ (1 отговор). Що се отнася до конкретните действия за адаптиране към климатичните промени, са посочени само два поясняващи отговора – рециклиране на хартия и използване на хидрофор за съхранение на чиста вода.

11,7% от изследваните предприятия са разположени в уязвими зони. Техният дял е повишен при предприятията в групата „друго“ според типа на бизнеса. Най-често отговори за разположение в уязвима зона се дават от предприятия от селищата и квар-

⁴ Изключени са индикаторите за качество на водите за къпане, които не са приложими към Столична община.

талите в подножието на Витоша. В свободните отговори като причина за рисковете се посочват липсата или състоянието на канализационната мрежа, както и снеготопенето.

Преминаването към осветление с ниска консумация на енергия е популярна мярка за намаляване на потреблението на енергия, която е приложена от 84% от изследваните предприятия. Няма съществена разлика в зависимост от размера на предприятията – този дял нараства от 80% за най-малките до 88% за най-големите предприятия. Но преминаването към нискоенергийно осветление се среща по-често при предприятията от сферата на настаняването (89%) и предприятията от категорията „друго“ (92%), отколкото при заведенията за хранене (76%).

Използването на възобновяеми енергийни източници в туристическия сектор на Столична община е ограничено. Само 10% от изследваните предприятия заявяват, че използват ВЕИ. Това е по-характерно за местата за настаняване (10%) и заведенията за хранене (12,7%), отколкото за другите предприятия (0%). Няма ясна тенденция на промяна на дела на използващите ВЕИ в зависимост от размера на предприятието.

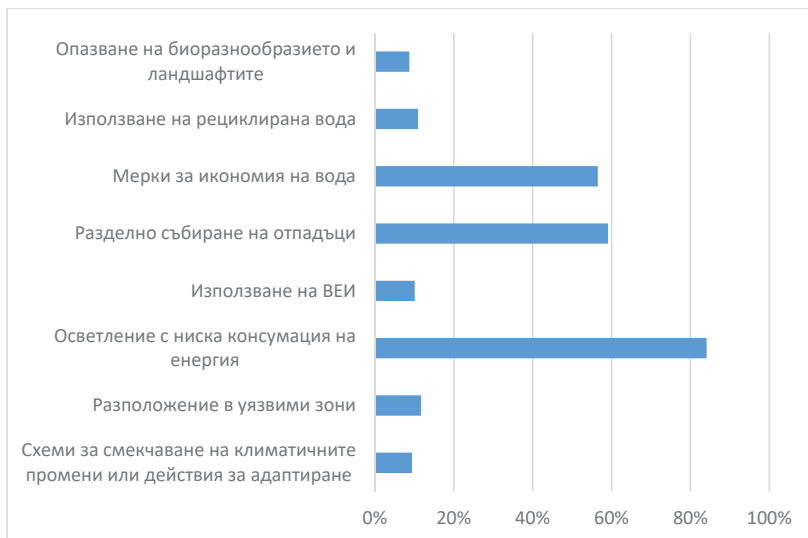
В предприятията, които използват ВЕИ, техният относителен дял в общото енергийно потребление е значителен. Средно за предприятията, които са посочили, че използват ВЕИ, относителният дял на ВЕИ в общото енергийно потребление е 34%, като варира между 10 и 70% за отделните предприятия. Средно за всички изследвани предприятия обаче, относителният дял на ВЕИ в общото енергийно потребление (изчислен като средноаритметична стойност) е нищожен – 2%.

Разделното събиране на твърди отпадъци е сравнително популярна мярка. 59% от всички изследвани предприятия декларират, че прилагат разделно събиране на отпадъците. То е по-характерно за местата за настаняване (60%) и заведенията за хранене (61%), отколкото за другите предприятия (46%). Статистически значима е зависимостта от размера на предприятието – делът на предприятията, прилагащи разделно събиране на отпадъците, нараства последователно и значително от 43% при микропредприятията до 62% при предприятията с 10–49 заети и 88% при по-големите предприятия.

Икономията на вода е сред популярните мерки, практикувана от 56,5% от изследваните предприятия. Най-често посочваните мерки на вода включват: използване на тоалетни с двоен бутон (57% от свободните отговори); използване на душеве и кранове с нисък дебит (19%); капково напояване (12%); умивалници с фотоклетка (5%). Мерките за пестене на вода се прилагат по-често в местата за настаняване и в заведенията за хранене (56–57%), отколкото в другите предприятия (46%). Делът на предприятията, прилагащи мерки за икономия на вода, нараства последователно с увеличаване на размера им – от 45% при микропредприятията, до 60% при малките предприятия и 76% при по-големите.

Използването на рециклирана вода е рядкост – само 10,9% от изследваните предприятия са посочили прилагането на тази мярка. Тя се прилага по-често в заведенията за хранене (16%) и в другите предприятия (15%), отколкото в местата за настаняване (6%), но не зависи от размера на предприятието – най-високи стойности се отчитат при предприятията с 10–49 заети (14%) срещу 6% за най-големите предприятия и 7,5% за най-малките.

Участието в действия за опазване на местното биоразнообразие и ландшафтите не е типично за туристическите предприятия в Столична община. Само 11,7% от всички



Фиг. 7. Предприятия, прилагащи действия за опазване на средата

Fig. 7. Enterprises implementing environmental friendly practices

изследвани предприятия посочват участие в действия за опазване на местното биоразнообразие и ландшафтите или подкрепа на действия за консервация и управление на ландшафтите. Конкретно посочваните действия включват: почистване и поддържане на зелени площи в близост; спонсориране на поддържането на зелени площи (1 отговор); участие в дейности по озеленяване. Участието в дейности за опазване на местното биоразнообразие е по-характерно за най-големите предприятия (23,5%), както и за предприятията от категорията „друго“ по тип на бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Европейската система от индикатори за устойчиво управление на туристическите дестинации (ETIS) отчита съществената роля на туристическите предприятия за практическото прилагане на принципите на устойчивостта в развитието на туристическите дестинации. Това намира израз в значителния дял на индикаторите, които са пряко свързани с устойчивото опериране на туристическите предприятия (37% от всички индикатори). Сред тях основателно най-голяма тежест имат индикаторите, свързани с икономическите (36%) и екологичните (40%) влияния на туризма.

Проучването на туристическите предприятия в Столична община, както и аналогичното проучване в Дунавския район (Маринов и др., 2014), показва, че ETIS е приложима в условията на България от гледна точка на набирането и анализа на информация, ако бъде адаптирана по подходящ начин (последното се отнася по-специално до

въпросниците за набиране на информация чрез анкетни проучвания). По отношение на дейността на туристическите предприятия е осигурена информация за 23 от общо 25 индикатора (92%). Не е набрана информация за потреблението на вода и енергия не толкова заради трудностите при получаване на такива данни от респондентите, колкото заради ограничения на информацията за общото потребление в дестинацията (и двата индикатора са формулирани като съотношение между потреблението на туристите и местните жители). Наред с това трябва да се отбележат някои важни ограничения, които са важни за анализа и интерпретацията на резултатите:

- Поради набирането на информация за дейността на туристическите предприятия изключително чрез анкетно проучване, голяма част от резултатите се основават на декларация на респондентите и са трудно проверими. Това е проблем по-специално за някои въпроси, като: участие в схема за достъпност на хора с увреждания, наличие на сертификат за екологично или устойчиво опериране, изготвяне на доклад за устойчивост и др. Подобни декларации могат да се верифицират по-ефективно, ако системата се прилага от работна група на заинтересованите (както се препоръчва в методиката на ETIS).

- На този етап не е възможно да се правят преки сравнения с други дестинации, прилагачи ETIS, което се смята за една от големите потенциални ползи на системата. След тестването в общо 214 европейски дестинации през 2014-2015 г. и анализ на установените слабости (Romagosa, Sirse, 2016), методиката на ETIS е в процес на преработване, което наред с опростяването на системата, съобразяването ѝ със спецификата на различните типове дестинации и осигуряването на съвместимост с други съществуващи международни системи за мониторинг (Lane, 2016; Manente, 2016), предвижда и създаването на електронна платформа с възможности за национален и международен бенчмаркинг в рамките на Виртуалната туристическа обсерватория на Европейската комсия (Ene, 2016).

- Методиката на ETIS е приложена цялостно по отношение на събирането и анализа на информация, но не и по отношение на организационните аспекти (предварителни действия за повишаване на осведомеността и разбирането, създаване на местна работна група на заинтересованите) и последващите действия (определяне на целеви стойности на индикаторите и интегрирането им в плановите документи на Столична община).

В съдържателен план резултатите от проучването показват, че туристическите предприятия в Столична община демонстрират както силни, така и слаби страни по отношение на устойчивостта. 84% от тях са преминали към използване на нискоенергийни осветителни тела, 57% използват съоръжения за икономия на вода, 59% прилагат разделно събиране на твърдите отпадъци, 70% от най-големите и 31% от всички предприятия декларират участие в действия за колективния маркетинг на дестинацията, над 50% от предприятията доставят минимум 25% от необходимите им стоки и услуги от местни или регионални производители, не се отчита диференциация в заплащането на мъжете и жените за една и съща позиция, 54% от предприятията представят пред обществеността своите усилия за устойчиво опериране. Същевременно, средната продажна цена на стая и заетостта са ниски, особено при международно сравнение, участието в доброволни схеми за сертифициране и изготвянето на доклади за устойчивост не са популярни, само 9% от предприятията подкрепят активно опазването, съхранението и управлението на местното биологично разнообразие и ландшафти и също

само 9% участват в схеми за смекчаване на изменението на климата или предприемат действия за адаптиране към изменението на климата, само 31% от ръководителите на предприятия са жени (при дял на жените в заетите 50%), само 43% от предприятията имат съоръжения, пригодени за посетители с увреждания.

Проучването констатира необходимостта от повишаване на осведомеността по въпросите на устойчивото развитие сред туристическите предприятия. В тази връзка на Столична община се препоръчва както осигуряването на редовен мониторинг на туристическото развитие чрез прилагането на ETIS, така и задълбочаване на работата със заинтересованите от устойчивото туристическо развитие, по-специално чрез привличане на заинтересованите и по-активното им включване в експертни и публични обсъждания на съществуващите проблеми и потенциалните им решения и в консултиране на важни за туристическото развитие планови документи, формиране на консултативна работна група по въпросите за устойчивото развитие на туризма с цел да се договорят целеви стойности на индикаторите (както е предвидено по методиката на ETIS), популяризиране на добри практики за устойчиво опериране сред туристическите предприятия.

Във връзка с горното трябва да се подчертае, че прилагането на ETIS е оформено като „местно задвижван“ и „местно притежаван процес“. Затова активното включване на местните власти, на организацията за управление на дестинацията (в случая ОП „Туризм“) и на работната група на заинтересованите са от решаващо значение. То обаче не може да се смята за гарантирано и изисква не само разбиране и известна експертиза, но вероятно и външни стимули или дори „натиск“ за прилагането на ETIS (например от Министерството на туризма или от финансиращите програми). От друга страна, макар че прилагането на ETIS е просто и лесно за експерти (изследователи), то може да не е толкова лесно за неспециалисти с по-ограничен опит в събирането и анализа на информация. За да се осигури устойчивост на процеса, са необходими действия за развитие на капацитета на участниците, както и ефективно и трайно сътрудничество на местните заинтересовани с експертите.

Не на последно място, разширяването на приноса на местния туристически бизнес за устойчивото развитие на туристическата дестинация чрез внедряването на устойчиви практики не може да се счита за „гарантирано“ и „автоматично“. Както обобщава Котифава (2014 с. 25), то зависи не само и не толкова от морално-етични, но и от икономически съображения: моралните съображения са важни, но само когато са налице икономическите условия за оцеляване на фирмата, а краткосрочните финансови интереси обикновено надделяват над дългосрочните съображения за осигуряване на устойчивост. В този смисъл интересът към инвестиране в устойчиви практики предполага устойчивостта да се превърне в печеливша стратегия, което също предполага наличието и на външни стимули.

ЛИТЕРАТУРА:

- Асенова, М. 2011. Корпоративната социална отговорност и българският туристически бизнес. – В: *Туризмът, предизвикателствата в условията на икономическа криза*, НБУ, С.
- М. Асенова, В. Маринов, Е. Дограмаджиева, В. Николова, А. Казаков, В. Янева. 2016. Прилагане на Европейската система от индикатори за мониторинг на устойчивото туристическо развитие – ползи и предизвикателства. – В: *География и приятели*. С., (под печат).

- Котиџава, Ф. 2014. Регионални фактори за устојчиво туристическо развитие (казуси в Република Българија, Република Македонија и Република Србија). Дис. Труд, СУ „Св. Климент Охридски“.
- Маринов, В. 2002. Предизвикателства пред устојчивото развитие на туризмот в Българија. – *Год. на СУ, ГГФ, кн. 2 Географија*, т. 92, 1999. 329–355.
- Маринов, В. 2005. Партньорски за развитие. Партньорски модел за стратешическо планирање на местното развитие. С., DFID, ITS, ЕКИП.
- Маринов, В., В. Гарнизов, Е. Дограмаджијева, А. Коцев. 2012. Настанителниот сектор в Софија: оценки, нагласи, очаквања. С., Столична община – общинско предприятие „Туристическо обслужвање“.
- Маринов, В., М. Асенова, Е. Дограмаджијева, Б. Байков, Е. Петкова. 2013. Маркетинг на Софија како туристическа дестинација. Сравнителен анализ на мненията на настанителни и посреднически сектор. С., Столична община – общинско предприятие „Туристическо обслужвање“, http://info-sofia.bg/images/documents/Сравнителен_анализ_2013_Final.pdf
- Маринов, В. М. Асенова. 2014. Пилотно тестване на европејската система од индикатори за устојчиво развитие на туризмот (ETIS) в Дунавскиот регион на Българија. С., Focal Point Destination Danube, ноември <http://www.fpdd.bg/userfiles/files/ETIS-Danube%20Region%20Report%20FINAL.pdf>
- Маринов, В., М. Асенова, Е. Дограмаджијева, В. Николова, А. Асенова. 2015. Пилотно тестване на Европејската система од индикатори за устојчиво развитие на туризмот (ETIS) в Столична община. С., ОП „Туризъм“ – Столична община. (непубл.).
- Резултати од анкетно проучување на клучови учесници в развитието на Софија како туристическа дестинација. С., ОП „Туристическо обслужвање“ – Столична община, 2011. (непубл.).
- Dogramadjieva, E., V. Marinov. 2013. The accommodation sector in Sofia: Current state and attitudes. – *Hotellink – Journal for Theory and Practice of Hotel Industry*, Vol. 14, No 21-22, XI, 289–301.
- EC, DG Enterprise and Industry. 2013. European Tourism Indicator System. Toolkit for Sustainable Destinations. http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm.
- Ene, O. 2016. Prototype of ETIS, and its possible display in the Virtual Tourism Observatory. – In: *Joint conference “Managing and Promoting Sustainable and Accessible Tourism Destination”*. European Commission, Brussels, 28 January [ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15349/ attachments/4/translations/en/renditions/native](http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15349/attachments/4/translations/en/renditions/native).
- Lane, P. 2016. The new set of core and supplementary indicators. – In: *Joint conference “Managing and Promoting Sustainable and Accessible Tourism Destination”*. European Commission, Brussels, 28 January ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15349/ attachments/4/translations/en/renditions/native.
- Manente, M. 2016. The improved, simple and useful toolkit. – In: *Joint conference “Managing and Promoting Sustainable and Accessible Tourism Destination”*. European Commission, Brussels, 28 January ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15349/attachments/4/translations/en/renditions/native.
- Mangion, M.-L. 2011. Evidence-based Policy-Making: Achieving Destination Competitiveness in Malta. Thesis submitted to the University of Nottingham for the degree of Doctor of Philosophy. http://etheses.nottingham.ac.uk/1796/1/final_thesis_26012011_vJuly_2011.pdf.
- Marinov, V., E. Dogramadjieva, M. Assenova, E. Petkova, B. Baykov. 2015. Tourism product development and marketing of Sofia metropolitan area: business perceptions and priorities. – In: *Metropolitan Tourism Experience Development. Selected studies from the Tourism Network Workshop of the Regional Studies Association, held in Budapest, Hungary, 2015*. Department of Economic Geography and Future Study, Corvinus University Budapest.
- Marinov, V. 2016. The implementation of ETIS in the Danube region – The example of Bulgarian destinations. – In: *Joint conference “Managing and Promoting Sustainable and Accessible Tourism Destination”*. European Commission, Brussels, 28 January [ec.europa.eu/DocsRoom/ documents /15349/ attachments/4/translations/en/renditions/native](http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15349/attachments/4/translations/en/renditions/native).
- Middleton, V., R. Hawkins. Practical environmental policies in travel and tourism. Part I - the hotel sector. – *Travel and Tourism Analyst*, 1993, 6; Part II - airlines, tour operators and destinations. – *Travel and Tourism Analyst*, 1994, 1.
- Ritchie, J.B.R., G.I. Crouch. 2003. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: CAB International.
- Romagosa, F., J. Sirce. 2016. Results of the second ETIS pilot phase and lessons learnt. – In: *Joint conference “Managing and Promoting Sustainable and Accessible Tourism Destination”*. European Commission, Brussels, 28 January [ec.europa.eu/DocsRoom/documents /15349/ attachments/4/translations/en/renditions/native](http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15349/ attachments/4/translations/en/renditions/native).
- UN World Tourism Organisation. *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. First Edition, 2013.
- Zimmer, R. 1991. Sustainable Development: A New Paradigm for Global Tourism. – In: *World Travel and Tourism Review*, 159–161.

Постъпила април 2016 г.