



Аграрен университет – Пловдив, Научни трудове, т. LX, кн. 1, 2016 г.  
Кръгла маса *Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи*  
Agricultural University – Plovdiv, Scientific Works, vol. LX, book 1, 2016  
Round table *Special forms of tourism – challenges and prospects*



**ВЛИЯНИЕ НА ЕКОТУРИЗМА ВЪРХУ АСОРТИМЕНТНАТА  
УСТОЙЧИВОСТ  
IMPACT OF ECOTOURISM ON THE ASSORTMENT  
SUSTAINABILITY**

**Симеонка Петрова  
Simeonka Petrova**

Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов  
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov

**E-mail: cpetrova@uni-svishtov.bg**

**Abstract**

Modern tourism industry is developing under dynamically changing conditions. The tourism markets, competitors, offered products and services are changing. Tourism as an economic sector is characterized by the constant search for new alternatives for sustainable development. These alternatives should ensure customer satisfaction for the tourists practising ecotourism, by meeting the demand for higher quality of the products and services and providing an independent contact with nature. The main purpose of this paper is to examine and interpret the essential nature of ecotourism as a specialized type of tourism, and on this basis to determine the opportunities for measuring its impact on the assortment sustainability of the tourism products and services offered.

There are certain reasons for the researcher's interest in ecotourism. The variety and beauty of Bulgarian nature provide numerous opportunities for ecotourism. This specialized type of tourism combines tourism products or services that are defined as alternatives to the mass tourism product. Thus ecotourism becomes a factor with a significant impact on the sustainability of the assortment of products and services in the tourism industry.

**Keywords:** eco-tourism, main concepts and principles of ecotourism, sustainability of the assortment of products and services of the tourism industry.

**ВЪВЕДЕНИЕ**

Съвременната туристическа индустрия се развива в динамично променящи се условия. Променят се туристическите пазари, конкурентите, предлаганите продукти и услугите. За туризма, като икономически сектор, е присъщо постоянното търсене на нови алтернативи за устойчиво развитие. Тези алтернативи следва да осигуряват потребителска удовлетвореност на туриста, практикуващ екотуризъм, посредством задоволяване на търсенето

по-високо качество на продуктите и услугите, както и осъществяване на независим контакт с природата.

**Основната цел на предлаганата разработка** е да се разгледа и интерпретира същностната природа на екотуризма, като специализиран вид туризъм, и върху тази основа да се детерминират възможностите за измерване на неговото влияние върху асортиментната устойчивост на предлаганите туристически продукти и услуги.

Изследователското внимание, което получава екотуризмът, се свързва с определени причини. Разнообразието и красотата на българската природа предоставят многобройни възможности за екотуризъм. Този специализиран вид туризъм обединява туристически продукти или услуги, които се определят като алтернативи на масовия туристически продукт. По този начин екотуризмът се превръща във фактор със значима сила на влияние върху устойчивостта на асортимента от продукти и услуги на туристическата индустрия.

### **ОСНОВНИ ПОНЯТИЯ И ПРИНЦИПИ НА ЕКОТУРИЗМА**

В специализираната теория и практика не се предлага общосподелено мнение за същността на екотуризма както от страна на теоретиците, така и от страна на практиците, каквито са туроператорите, турагентите, мениджърите на туристически продукти и услуги. От направения по този повод аналитичен обзор познавателна стойност има разбирането, че екотуризмът „обхваща принципите на устойчивия туризъм относно икономическите, социалните и свързаните с околната среда влияния на туризма“ (Nikolov, 2010: 3). Приемат се следните специфични принципи, които разграничават разглеждания специализиран вид туризъм от по-широката концепция на устойчивия туризъм:

- активно допринася за опазването на природното и културното наследство;
- включва местни общности в своето планиране, развитие, напредък и експлоатация, както и допринася за тяхното благосъстояние;
- разяснява на посетителите природното и културното наследство на дадената туристическа дестинация;
- насочва към самостоятелните, свободнопътуващи и независими туристически пътувания, а също и към организирани екскурзии и турове за малки по размер групи от туристи.

Понастоящем една от дефинициите, които се определят като еталон за дефиниране на екотуризма, е дадена от Международното общество за екотуризъм – The International Ecotourism Society (TIES): екотуризмът е отговорно пътуване до природни места (територии, райони, зони), съхраняващо околната среда и поддържащо благополучието на местните жители.

При съблюдаване на същностната природа на екотуризма, Световният съюз за опазване на природата (IUCN) определя съдържанието на понятието екотуризъм, като отговорно пътуване до сравнително запазени

природни комплекси с цел удоволствие и възприемане на природата и на всички съпътстващи природни забележителности, допринасящо за опазване на природното разнообразие, оказващо минимално негативно въздействие и осигуряващо рентабилно социално-икономическо развитие на местното население. Така дефиниран екотуризмът не се свързва само със съхраняване на природата, като среда за отдих и туризъм, а и със приоритетно извеждане на следните по-важни специфики, намиращи израз в:

- отговорно пътуване, представляващо двустранен процес на щадящо природата рекреационно поведение на туристите;
- природозащитаване на природните комплекси;
- насочване към относително малък мащаб на производство и потребление, произтичащ от обвързаността с местни предприемачески инициативи.

Международното общество за екотуризъм детерминира следния набор от принципи за развитие на екотуризма:

- ограничава чрез намаляване до минимум на отрицателните въздействия върху природната среда;
- изгражда екологично и културно съзнание и възпитава уважение към околната среда;
- осигурява позитивно преживяване и представя добри практики както за посетителите, така и за домакините;
- обезпечава преки ползи от опазването на околната среда;
- осигурява финансови ползи и предоставя права и възможности за местните хора;
- предизвиква повишаване на чувствителността при страните-домакини към политическия, социалния и свързания с околната среда екологичен климат.

Така представените принципи на екологичния туризъм, като специализиран вид туризъм, очертават отговорностите за намаляване на отрицателните въздействия върху околната среда.

Изследователският интерес към екотуризма се предпоставя от нарастващото търсене на автентични туристически преживявания и от повишаващите се изисквания за опазване на околната среда. Според Nikolov (2010) екотуризмът заема специална ниша в рамките на туризма. Цитираният автор подчертава, че този вид туризъм включва туристически форми, които са съвместими с природни, културни и обществени ценности и достойнства, както и които популяризират културните и екологични взаимодействия в автентични и неподправени природни среди и условия.

Екотуризмът притежава следните по-съществени характеристики:

- природна и социално-културна съвместимост като фундаментално условие;
- създаване на финансово-икономически и социално-културни преимущества;
- съхраняване на природата и повишаване на културното съзнание.

От своя страна природната и социално-културната съвместимост, като фундаментално условие за развитие на екотуризма, се свежда до контрола и участието на местните общини и власти при съблюдаването на пределнодопустимите рекреационни норми. Втората характеристика на екотуризма – създаване на финансово/икономически социално-културни преимущества, се свързва със създаване на източници на доходи както за местните общини, така и за местното население. Спецификите за съхраняване на природата и повишаване на културното съзнание налагат отговорно отношение от страна на отделните участници в екотуризма.

Приведените характеристики на екотуризма спомагат за по-доброто и по-пълно дефиниране на същността на изследвания специализиран вид туризъм.

#### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКА РАМКА НА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ЕКОТУРИЗМА КАТО СПЕЦИАЛИЗИРАН ВИД ТУРИЗЪМ**

На равнище туристическа индустрия осигуряването на необходимия ръст на основните финансово-икономически показатели, както и удовлетворяването на повишаващите се изисквания на потребителите, в значителна степен зависят от правилното формиране на асортимента от туристически продукти и услуги. По своята същност формирането на асортимента е своеобразен процес на подбор на различни групи туристически продукти и услуги, техните видове и разновидности, диференцирани по отличителни признаци, с цел реализация на туристическия пазар. В обхвата на така разглеждания асортимент се включват и туристическите продукти и услуги на екотуризма.

Формирането на устойчив асортимент в туризма способства създаването на оптимален размер на приходите от продажби на туристически продукти и услуги за дълъг период от време и се превръща в една от фундаменталните предпоставки за създаване на конкурентоспособност и благосъстояние. В това направление сполучлив подход на формиране на устойчив асортимент предлага изследователят Kotlar (2007). Апробирането на приведения подход към сферата туризма, както и към предмета на изследване в настоящата разработка, позволява обособяване на следните два етапа: първо, анализиране на екотуристическите продукти и услуги, включващо постоянно набиране и обработване на данни за обемите и стойностните размери на продажбите и печалбите; второ, приемане на решения за поддържане, обновяване или съкращаване на предлагания асортимент от екотуристически продукти и услуги (Kotlar, 2007).

При извеждане на същността на процеса, теоретиците Dixtl & Herchgen (1996) предлагат формирането на устойчивия асортимент да отчита икономическите цели на предприятията върху основата на критериите за увеличаване на обема на продажбите и максимизиране на печалбата. Съобразяването с това принципно дефиниране позволява да се очертаят направленията на изследвания процес, намиращи израз в екотуризма, както следва:

- оценка на екотуристическите продукти и услуги върху основата на отчетни аналитични данни за структурата на продажбите, показваща относителните дялове в общия стойностен размер на продажбите на туристически продукти и услуги;

- оценка на микрообкръжаващата среда на туристическите предприятия, в т.ч. и на потребителите-туристи.

Според теоретико-методологическите постановки на Zavyalov (2008), формирането на устойчив асортимент представлява система, която обхваща: определяне на търсенето и на изискванията на потребителите, открояване на особеностите на потребителското поведение, оценяване на асортимента от продукти и услуги, проучване на конкурентите и др.

Направеният анализ на съществуващите в специализираната литература методики на формиране на екотуристическия асортимент и обезпечаване на неговата устойчивост позволява да се открият определени сходства. В своята цялост проучваните методики подчертават значимостта на пазарното възприемане на продуктите и услугите на екотуризма, а също и оценяване на получените резултати от гледна точка на икономическата ефективност. В този аналитичен аспект са необходими данни за:

- туристическите пазарните сегменти;
- предлаганите туристически продукти и услуги;
- потребителските предпочитания на туристите;
- динамиката на цените на туристическите продукти и услуги.

В основата на процеса на формиране на екотуристическия асортимент се поставя разбирането, че всеки туристически продукт или услуга от асортимента в определена степен оказва влияние върху устойчивото финансово-икономическо състояние на туристическата индустрия.

Природата на сложност на процеса на формиране на устойчив асортимент се поставя на анализи и оценки от изследователите Bragin et al. (2011). Според него по-значимите принципи, които следва да предпоставят избора на групи от продукти и услуги, могат да се сведат до:

- съблюдаване на съответствието между асортимента от продукти и услуги, от една страна, и характера на потребителското търсене, от друга страна;

- осигуряване на достатъчна ширина и дължина на предлагания асортимент;

- обезпечаване на устойчивост на асортимента, обуславяща оптимизиране на разходите по веригата на пазарната реализация;

- повишаване на рентабилността на търговския асортимент посредством отчитане на възможните въздействия на определени икономически фактори.

В настоящата разработка особен изследователски интерес представлява обезпечаването на устойчивостта на асортимента от туристически продукти и услуги. Този показател се явява един от основните за състоянието и развитието на асортимента. В своите теоретико-методологически постановки Egemina (2015) откроява, че показателят

устойчивост характеризира колебанията в ширината и дълбочината на асортимента, настъпващи през определен период от време.

Устойчивостта или стабилността на асортимента характеризира постоянната наличност от продукти и услуги от съответен вид или разновидност, предназначени за продажба. От една страна, устойчивият асортимент се свързва с възможността за покупка на продукти и услуги с устойчиво търсене, а също и със съкращаване на времето за вземане на решение и за пазарна реализация. От друга страна, за туристическата индустрия формирането на устойчив асортимент позволява повишаване на ефективността на процеса на продажбата на туристически продукти и услуги. Стремехът към привличане на възможно най-голям брой потребители-туристи и увеличаване на обема на продажбите и печалбите обуславя значителното увеличаване на асортимента от предлагани продукти и услуги. В това направление съблюдаването на туристическите пазарните анализи показва, че положителни финансово-икономически резултати се осъществяват при непрекъснато и устойчиво развитие на предлагания асортимент от продукти и услуги. Върху открития процес определена сила на влияние оказват и състоянието и развитието на екотуризма, както и предлаганите от него туристически продукти и услуги.

Така приведените данни спомагат да се установи, че в теорията и практиката не съществува универсален подход към устойчивото развитие на асортимента от туристически продукти и услуги. Доколкото във всеки конкретен случай върху резултата от изменението на асортимента влияние оказват характеристиките на предлаганите продукти и предпочитанията на потребителите, в туристическата индустрия се вземат съответните мениджърски решения.

### **ЕМПИРИЧЕН ПРИМЕР ЗА РАЗВИТИЕТО НА ЕКОТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ**

Разнообразието и красотата на българската природа предоставят широк набор от алтернативи за екологичен туризъм – разходки в защитените територии по някоя от многобройните екопътеки, наблюдение на животни и птици, посещения на пещери и природни забележителности, покоряване на върхове, запознаване с уникалната флора, бране на билки и т.н. Обединяваща за откритите туристически преживявания е близостта до природата и отговорното отношение към нея.

Съгласно проучване, направено от New Ideas Consult Ltd по поръчка на Българската асоциация на агенциите за регионално развитие и бизнес центрове относно състоянието и развитието на екотуризма, се установяват определени емпирични резултати. Така например по отношение на нагласите за настаняване, българските потребители асоциират екологичния туризъм с настаняване в къща за гости на село (33,0% от анкетираните), хижа (30,0%), хотел на село или вила (16,0%), мотел (4,0%). Тези данни свидетелстват, че екотуризмът не се асоциира с големите хотели и туристически комплекси. Сред факторите със значима сила на въздействие при избора на

екотуристически продукти и услуги пред другите алтернативни продукти на туризма се извеждат:

- тихата и спокойна среда;
- атрактивната природа и привлекателната заобикаляща среда;
- интериорът на стаите в къщите;
- удобното местоположение и настаняване;
- ценовото равнище на екотуристическите продукти и услуги;
- наличието на Интернет услуги;
- предлагането на здравни услуги и др.

Откритите тенденции в пазарните нагласи на българските потребители на екотуристически продукти и услуги имат съществено значение за развитието на разглеждания специализиран вид туризъм.

За развитието на екотуризма в България е важно привличането на чуждестранни туристи. При съблюдаване на цитираното проучване, осъществено от New Ideas Consult Ltd, се констатира, че преобладаващата част от чуждестранните туристи покриват профила на потребителите на продукти и услуги в областта на устойчивия туризъм като цяло – културен туризъм, селски туризъм и др. При проучване на нагласите на чуждестранните туристи се установява, че 37,2% от тях са склонни да практикуват екотуризъм. Получените резултати показват, че съществува съществен неразработен потенциал за развитието на екотуризма в страната.

При отчитане на емпиричните данни, публикувани в мултимедийна брошура, създадена в рамките на проект „Мултимедийен каталог на туристически обекти и електронен маркетинг на дестинация България“, могат да се приведат следните по-значими примери за развитието на екотуризма в България:

- Сред природолюбителите с популярност се ползва Еменската (Негованската) екопътека, която е разположена в близост до гр. Велико Търново. Туристическата разходка по нея е с продължителност около три часа. Маршрутът преминава предимно през т.нар. Еменски каньон.

- Друг интересен маршрут е Крушунската екопътека, разположена в района на Западен Предбалкан. Тази пътека представлява система от стъпала и води до Крушунската пещера, от която изтичащата вода оформя езерца и каскади, наречени Крушунските водопади.

- Дряновската екопътека започва в близост до Дряновския манастир. Разходката продължава между три и четири часа, а маршрутът следва река Андъка. Чрез поредица от мостове и стълби се достига до ждрелото на реката. В района се намира известната пещера Бачо Киро.

- Пътеката Via Ferrata също се намира в района на Дряново. Туристическата разходка продължава около три часа, а началната точка е от Дряновския манастир. Екопътеката преминава по брега на река Дряновска, близо до Сини вир, и води до платото Стринава.

- В Родопска планина също има интересни и живописни туристически маршрути. Един от тях е Южнородопската екопътека в близост до село

Ягодина. Пътеката включва местности, разположени между три реки. Маршрутът води до няколко водопада в района, както и до Дяволския мост – интересна местна забележителност.

- Странджанската екопътека започва в близост до странджанското село Стоилово. Там се намира красивият водопад Докузак. Крайната точка на маршрута е местността Кукулят.

Различните екопътеки и маршрути осигуряват достъп до живописни местности в планини и природни паркове, както и до много други места и природни забележителности.

### ИЗВОДИ

Така направеното теоретико-емпирично изследване на зависимостта между развитието на екотуризма и осигуряването на устойчивост на асортимента на туристически продукти и услуги дава основание за формулиране на следните по-важни изводи:

- Предизвикателство пред екотуризма е да развива своя потенциал като специализиран вид туризъм, осигуряващ отговорно туристическо пътуване, допринасящо за опазването на природното и културното наследство, и спомагащо подобряването на финансово-икономическо състояние на местните общности.

- В туристическата индустрия процесът на формиране на устойчив асортимент е една от фундаменталните предпоставки за създаване на конкурентоспособност и икономическо благосъстояние. Върху открития процес определена сила на влияние оказват състоянието и развитието на екотуризма, както и създаваните и предлагани от него туристически продукти и услуги.

Природното богатство на България предоставя широк набор от алтернативи за развитие на потенциала на екотуристическите продукти и услуги. Екотуризмът, като специализиран вид туризъм, обезпечава подходящо съчетаване на икономическия със социалния ефект, както и възможности за развитие на туристическите предприятия в тази пазарна ниша.

### REFERENCES

- Bragin, I., G. Ivanov, I. Stukalova, A. Zvereva, 2011. Torgovlia: sustoyanie i perspektivi razvitia. Moskva: Sputnik.*
- Dixtl, E., H. Herchgen, 1996. Prakticheskii marketing. Moskva: Infra-M.*
- Eremina, Y., 2015. Tovarnui menedzhment. Moskva: Infra-M.*
- Kotlar, F., 2007. Osnovi marketinga. Sankt-Petrburg: Viliyams*
- Nikolov, N., 2010. Ekoturizmat kato netraditsionna turistichecka forma. Sofia: Geografski institut na BAN.*
- Zavyalov, P., 2008. Marketing v shemah, risunkah, tablitsah. Moskva: Infra-M.*