УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
ФАКУЛТЕТ „ИКОНОМИКА НА ИНФРАСТРУКТУРАТА“
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА”

ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

на тема:

„ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА ОТГОВОРНИЯ ТУРИЗЪМ ВЪРХУ УСТОЙЧИВОСТТА НА ДЕСТИНАЦИЯТА“

за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление“ (Туризъм)

Докторант: **Лили Кристиян Станоева**

Научен ръководител: **проф. д-р Еленита Кирилова Великова**

София, 2026

СЪДЪРЖАНИЕ

СЪДЪРЖАНИЕ....2

СПИСЪК С ТАБЛИЦИ....4

СПИСЪК С ФИГУРИ....5

УВОД....6

I. ПЪРВА ГЛАВА: Концептуална рамка на взаимодействието между отговорния туризъм и устойчивостта на дестинацията....13

1.1. Същност и особености на отговорния туризъм....13

1.2. Характеристика на устойчивостта на туристическата дестинация....26

1.3. Взаимодействие между отговорния туризъм и устойчивостта на дестинацията....31

1.4. Дестинацията като обект на устойчиво управление....41

1.5. Теоретични подходи за измерване на устойчивостта....43

II. ВТОРА ГЛАВА: Методологически аспекти на измерването на устойчивостта в туристическата дестинация....47

2.1. Сравнителен анализ на международните индикаторни системи....48

2.2. Аналитични модели, математически подходи и методи за определяне на въздействието....53

2.3. Методика на изследването и изследователски инструментариум....60

2.4. Анализ на нормативната уредба и стратегическа рамка на общините от т.нар. „Ядро“ и „Буферна зона“ в район Рила-Пирин....66

2.5. Анализ на нормативна уредба и стратегическа рамка на общините в периферията на район Рила-Пирин....76

III. ТРЕТА ГЛАВА: Изследване на въздействието на отговорния туризъм върху устойчивостта на дестинацията....107

3.1. Анализ на нагласите и практиките на туристическия бизнес в район Рила-Пирин 107

3.2. Оценка на потребителското поведение и нагласи на туристите 128

3.3. Диагностика на системните разриви в дестинация Рила-Пирин..... 135

3.4. Стратегически модел за управление и насоки за развитие на отговорния туризъм в район „Рила-Пирин“ 136

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 149

ПРИЛОЖЕНИЯ 153

ИЗПОЛЗВАНА И ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА 163

СПИСЪК С ТАБЛИЦИ

Таблица 1: Структурни елементи на отговорния-устойчив туризъм 23

Таблица 2: Сравнение на основните индикаторни системи 49

Таблица 3: Разпределение на респондентите по вид на организацията 109

Таблица 4: Разпределение на респондентите по големина на бизнеса.....109

Таблица 5: Разпределение на респондентите по възраст на бизнеса.....110

Таблица 6: Зависимост между големината на бизнеса и възприятието за отговорен туризъм 111

Таблица 7: Разпределение на инвестициите, направени от бизнеса.....112

Таблица 8: Връзка между опита на бизнеса и колаборацията с местната общност 113

Таблица 9: Връзка на вида организация с предизвикателствата, които среща .115

Таблица 10: Степен на прилагане на принципите на отговорния туризъм от бизнес субектите в район Рила-Пирин (в % от респондентите).....115

Таблица 11: Групиране на дестинациите на градски и природни места.....118

Таблица 12: Връзка между типа на дестинацията и предизвикателствата, които среща 119

Таблица 13: Chi-Square тест за зависимост между типа дестинация и вида на изпитаните затруднения.....120

Таблица 14: Срещате ли предизвикателства при прилагането на устойчиви практики? (Q10) 122

Таблица 15: Очаквани мерки за държавна подкрепа при прилагането на устойчиви практики.....123

Таблица 16: Зависимост между степента на взаимодействие на бизнеса с местната общност и прилаганите отговорни практики.....125

Таблица 17: Т-тест за сегментиране на възприятията по групи дестинации.....131

Таблица 18: Фактори на мотивация за отговорно поведение.....132

Таблица 19: Предпочитани канали за информиране.....133

Таблица 20: Бихте ли желали да получавате повече информация за устойчив туризъм и как? 134

Таблица 21: Обобщена таблица на модела 145

Таблица 22: Ключови индикатори за успех (KPIs) за район Рила-Пирин 147

СПИСЪК С ФИГУРИ

Фигура 1: Предложено разбиране за устойчив туризъм (въз основа на триизмерния модел за устойчивост) 21

Фигура 2: Основни елементи на „responsustable“ туризма и връзките между тях 22

Фигура 3: Triple-A: Моделът и неговите етапи 24

Фигура 4: Пирамидалната структура на Triple-A 25

Фигура 5: Примерна адаптация на схемата за туризма по концепцията за устойчиво туристическо развитие 28

Фигура 6: Отговор на въпрос „Как оценявате влиянието на туризма върху развитието на Община Белово?“ 80

Фигура 7: Отговор на въпрос „Какво може да се подобри по отношение на предлагането на туристически услуги в Община Белово?“ 81

Фигура 8: Как бизнесът комуникира с туристите 126

Фигура 9: Наличие на зелен сертификат за устойчивост 127

Фигура 10: Възрастово разпределение на респондентите 129

Фигура 11: Възприятие за устойчивост 130

Фигура 12: Разрив между модел на търсенето и модел на предлагането 138

Фигура 13: Дигитална трансформация и маркетингов „Eco-Storytelling“ 139

Фигура 14: Кръговрат на стимулите 142

Фигура 15: Визуализация на институционалния модел 144

УВОД

В съвременната глобална икономика туризмът преминава през фундаментална трансформация – от индустрия на масовото потребление към модел, базиран на отговорността и дългосрочната устойчивост. Тази промяна не е просто модна тенденция, а отговор на глобалните екологични и социални предизвикателства на XXI век. В контекста на **Европейската зелена сделка** (European Green Deal) и амбицията на Европейския съюз за превръщане в първия въглеродно неутрален континент до 2050 г., туристическият сектор е изправен пред необходимостта от радикална реконцептуализация. Актуалността на проблема се засилва от въвеждането на нови глобални стандарти, наложени от **Статистическата рамка за измерване на устойчивостта на туризма на ООН** (SF-MST, 2024). Тези стандарти поставят изискванията към дестинациите да управляват и отчитат своето въздействие върху природата и местните общности като основен фактор за тяхната международна конкурентоспособност.

От друга страна, **глобалният преход към „осмислен“ туризъм** (meaningful travel) след пандемията от COVID-19 разкри нови потребителски нагласи. Съвременният турист вече не е пасивен консуматор на услуги, а активен участник, който търси етично потвърждение на своя избор. Това превръща „отговорния туризъм“ от нишов продукт в стратегически императив за оцеляването на дестинациите. Актуалността на труда се обуславя от нуждата да се изследва т.нар. „пропаст между ценности и действия“ **(Value-Action Gap)**, т.е. разминаването между високата екологична осъзнатост на туристите и реалното им пазарно поведение, което често е възпрепятствано от липса на системни управленски решения и адекватно предлагане, което да отговаря на потребностите им.

България не остава изолирана и не трябва да изостава от глобалните промени и изискванията на съвременния свят. В контекста на **националната туристическа политика**, дефинирането на работещи модели за регионално управление се превръща в приоритет. В тази връзка, изборът на **район „Рила-Пирин“ като фокус** на настоящата разработка е продиктуван от неговата висока степен на представителност по отношение на многообразието на туристическия продукт в страната. Територията успешно съчетава в себе си утвърдени международни центрове за планински и балнеотуризъм с периферни общини, притежаващи съхранен потенциал за алтернативни и автентични форми на пътуване. Този хетерогенен профил на района дава възможност за верифициране на

предложения интегриран модел в широк спектър от пазарни условия – от силно комерсиализирани среди до нишови територии със специфичен екологичен профил.

Районът е не само представителен, но и притежава уникален природен капитал, включващ два национални парка под егидата на ЮНЕСКО и богато културно-историческо наследство. Същевременно, дестинацията е подложена на сериозен антропогенен и инвестиционен натиск, който често надвишава капацитета на екосистемите. Изборът на този район се корени в необходимостта от намиране на баланс между интензивния икономически растеж и съхраняването на ресурсите, което в голяма степен отговаря на световните тенденции.

Традиционните модели на пространствено и туристическо планиране, както посочва и проф. д-р Е. Великова (2020), са вече изчерпани, което налага търсенето на нови инструменти за управление, базирани на отговорността.

Дигиталната трансформация добавя допълнителни изисквания към актуалността и значимостта на изследваната тема. В ерата на интелигентните дестинации, устойчивостта вече не може да съществува в изолация от технологиите. Налице е нов вид разрив – информационен и дигитален. Бизнесът, особено малките и средни предприятия в района, често прилага устойчиви практики, но липсата на дигитални умения и стратегии за тяхното комуникиране ги прави „невидими“ за модерния потребител („скрита устойчивост“). Актуалността на дисертационния труд се състои в анализа именно на тази пресечна точка: как дигитализацията и маркетинговите еко-истории (*Eco-Storytelling)* могат да се превърнат в двигател на устойчивото развитие, затваряйки пропастта между предлагането и търсенето.

В научно-приложен план, значимостта на разработката се подсилва от **дефицита на емпирични данни и практически модели** за регионално управление на отговорния туризъм в България. Докато теоретичните изследвания на устойчивостта са многобройни, липсват конкретни методики за измерване на въздействието чрез интегрирани системи от показатели (KPIs), които да са адаптирани към спецификите на планинските общини. Настоящото изследване запълва тази ниша, предлагайки интегриран модел, който синхронизира интересите на държавните институции, местния бизнес и туристите.

В обобщение, актуалността и значимостта на настоящото дисертационно изследване се определя от необходимостта от **смяна на парадигмата** в управлението на

район „Рила-Пирин“: от спонтанно експлоатиране на ресурсите към интелигентно и отговорно управление, което гарантира правото на бъдещите поколения на достъп до същия този уникален капитал. Районът притежава уникален природен капитал и богато културно наследство, но същевременно е изложен на сериозен антропогенен и инвестиционен натиск. Налице е необходимост да се намери баланс между икономическия растеж и съхраняването на ресурсите чрез инструментите на отговорния туризъм.

Научният проблем се изразява в съществуващия функционален разрив (gap) между високата екологична осъзнатост на участниците в туристическия процес и реалните нива на постигане на устойчивост в дестинацията. Налице е т.нар. „парадокс на информираността“: бизнесът инвестира в устойчиви технологии, които остават маркетингово невидими, докато туристите декларират готовност за отговорно поведение, което е възпрепятствано от липса на адекватна дигитална информация и инфраструктура.

Обект на изследването е отговорният туризъм като модел на потребителско и бизнес поведение в рамките на дестинацията, разглеждан като съвкупност от нагласи, мотиви и поведенчески практики.

Предмет на изследването е въздействието на практиките на отговорния туризъм върху икономическата, екологичната и социалната устойчивост на туристическа дестинация „Рила-Пирин“.

Целта на дисертационния труд е да се анализира и оцени въздействието на отговорния туризъм, реализиран посредством търсенето и предлагането, върху устойчивостта на дестинацията и въз основа на идентифицираните разриви да се проектира интегриран стратегически модел за управление на района Рила-Пирин.

За постигането на тази цел се решават следните **изследователски задачи**:

Задача 1: Да се изследва теоретичната същност на отговорния туризъм и неговата концептуална връзка с устойчивото развитие на дестинациите на базата на добри европейски практики.

Задача 2: Да се разработи методологическа рамка и система от индикатори (интегрираща ETIS и SF-MST) за измерване на устойчивостта на регионално ниво.

Задача 3: Да се извърши емпирична диагностика на нагласите и поведението на бизнеса и туристите в район Рила-Пирин и да се идентифицират структурните разриви между предлагането и търсенето.

Задача 4: Да се предложи авторски интегриран модел за затваряне на разривите чрез дигитални, икономически и институционални инструменти.

В настоящия дисертационен труд се защитава тезата, че отговорният туризъм оказва пряко и значимо въздействие върху устойчивостта на дестинацията, но неговият потенциал в район Рила-Пирин остава нереализиран поради критичен информационен и инфраструктурен разрив между предлагането и търсенето. Преодоляването на този разрив е възможно само чрез преход към интегриран модел на управление, който синхронизира „дигиталните очаквания“ на потребителя с „прагматичните инвестиции“ на бизнеса. За доказване на тезата и постигане на целта на изследването се формулират следните **четири работни хипотези**:

Хипотеза 1 (H1) (Туристи): Съществува пряка зависимост между степента на информираност на туристите за концепцията на отговорния туризъм и тяхната склонност да практикуват устойчиво туристическо поведение.

Хипотеза 2 (H2) (Бизнес): Туристическите предприятия, прилагащи устойчиви практики и еко-сертификация, отчитат по-висока степен на удовлетвореност и лоялност сред своите клиенти.

Хипотеза 3 (H3) (Дестинация): Съществува значима разлика в нивата на прилагане на устойчиви практики между силно урбанизираните центрове (напр. Банско, Сандански) и природно-ориентираните дестинации в района.

Хипотеза 4 (H4) (Социална устойчивост): По-високото ниво на участие на местната общност в туристическите инициативи води до по-изразена социално-икономическа устойчивост на общините в района.

Изследването е проведено чрез прилагане на смесен изследователски дизайн (mixed methods). Теоретичната част се базира на сравнителен анализ на водещи европейски дестинации. Емпиричната част включва анкетно проучване сред 325 туристи и 46 представители на туристическия бизнес в района. Статистическата обработка на данните е извършена със софтуер IBM SPSS Statistics, като са използвани дескриптивен анализ, непараметрични тестове и корелационен анализ.

Значимостта на настоящото изследване в теоретичен план се свързва с детайлното осветляване на феномена „скрита устойчивост“ при малките и средни предприятия в планинските райони. Трудът предлага нов прочит на връзката между дигиталната комуникация и преодоляването на психологическите бариери пред потребителя (*Value-Action Gap*), като по този начин обогатява научния дебат за ролята на информацията в екологичното поведение. Разработеният концептуален модел не само систематизира съществуващите теории за отговорния туризъм, но и предлага методологическа рамка за измерване на неговото реално въздействие чрез интегриране на глобални индикаторни системи в локален контекст. Това позволява изследването да послужи като теоретична основа за бъдещи проучвания върху трансформацията на традиционните дестинации в интелигентни и устойчиви екосистеми.

От практическа гледна точка, разработката притежава висока приложна стойност за управлението на дестинация „Рила-Пирин“ и сходни планински региони. Предложеният тристълбов модел за управление предоставя на местните власти и Организациите за управление на туристическите райони (ОУТР) конкретни инструменти за действие – от внедряването на маркетингови еко-истории *(Eco-Storytelling)*, през икономическото стимулиране чрез регионални програми за лоялност („Зелен бонус“), до оптимизиране на институционалната координация. Разработената **система от ключови индикатори (KPIs)** е проектирана като **аналитична рамка за оценка и мониторинг,** която подпомага общините в процеса на вземане на стратегически решения, базирани на обективни данни. По този начин трудът излиза извън рамките на академичния анализ и се превръща в оперативна стратегия за повишаване на конкурентоспособността на района чрез принципите на устойчивото развитие.

Настоящото изследване е проведено при съблюдаване на редица **методологически и обективни ограничения**, които следва да бъдат отчетени при интерпретацията на крайните резултати и техния пренос към управленските политики в дестинацията. На първо място, изследването се фокусира върху **специфичен териториален обхват**, включващ район „Рила-Пирин“, като вниманието е концентрирано върху основните туристически ядра (Банско, Сандански, Самоков, Сапарева баня). Макар тези центрове да концентрират основния туристически поток и инвестиционния интерес, динамичната икономическа среда и липсата на единна, публично достъпна вторична статистическа информация на общинско ниво (особено по

отношение на екологични индикатори и специфични туристически показатели за по-малките общини) затрудняват извършването на цялостен сравнителен анализ на всички 23 административни единици в района. Ограниченията са свързани с динамичната икономическа среда и трудностите при извличане на вторична статистическа информация на общинско ниво за някои от екологичните индикатори.

По отношение на емпиричното проучване сред бизнес сектора се дефинират **специфични методологически рискове**, произтичащи от канала за дистрибуция на изследователския инструментариум. Използването на базата данни от Националния туристически регистър крие риск от работа с неактуални контактни данни, което ограничава представителността на извадката. При дистанционното анкетиране съществува и т. нар. „бариера на достъпа“, изразяваща се в риска въпросникът да не достигне до компетентните управленски нива (собственици или мениджъри), чието мнение е определящо за стратегическото планиране на устойчивостта. **Структурата на бизнес извадката** (n=46) налага нейния интерпретативен характер. Резултатите отразяват предимно нагласите на хотелиерския сектор, който, макар и най-ресурсната и енергоемка част от индустрията, доминира над активността на туроператорите и заведенията за хранене. В този смисъл изследването има характер на пилотна диагностика на „активното ядро“ на бизнеса. Следва да се отчете и рискът от „социална желателност“ или автоцензура, при която респондентите са склонни субективно да надценяват своите устойчиви практики поради имиджови съображения, което може да създаде известно отклонение от реалното състояние на процесите.

При анализа на потребителското поведение (на туристите) съществено ограничение е идентифицираният **разрив между декларирани нагласи и фактическо поведение** (*Value-Action Gap*). Анкетирането измерва предимно екологичните намерения и субективната осъзнатост, които в реални условия често се влияят от външни фактори (цена, достъпност, инфраструктура), което прави директното прогнозиране на пазарното поведение предизвикателство.

На последно място, изследването е ограничено от **фрагментираността на институционалните данни.** Дефицитът на локални политики и систематизирана статистика за екологичното състояние на общините възпрепятства пълното верифициране на субективните оценки с обективни количествени измерители. Тези ограничения очертават полето за бъдещи изследвания, които следва да се фокусират върху по-малките общини и задълбочаването на междусекторния диалог.

Информационното осигуряване на дисертационния труд се базира на комплексен масив от първична и вторична информация. **Нормативната рамка** включва анализ на Актуализираната Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в РБ 2014-2030 г., Закона за туризма, Концепцията за туристическо райониране, както и Плановете за интегрирано развитие на общините (ПИРО) и местните програми за развитие на туризма в район Рила-Пирин. **Статистическото осигуряване** е реализирано чрез официални данни от НСИ, Евростат и Световната организация по туризъм (UN Tourism). **Емпиричната база** на изследването се състои от авторско анкетно проучване сред 325 туристи и 46 представители на бизнеса, а **научно-теоретичният фундамент** е изграден чрез специализирани дигитални бази данни като ScienceDirect, Google Scholar и ResearchGate.

I. ПЪРВА ГЛАВА: Концептуална рамка на взаимодействието между отговорния туризъм и устойчивостта на дестинацията

Първа глава на настоящия дисертационен труд поставя теоретичните основи на изследването, като концептуализира отговорния туризъм и неговата роля за устойчивото развитие на съвременните дестинации. В рамките на тази глава се извършва систематизация на съществуващите научни дефиниции, като специален акцент се поставя върху разбирането за отговорния туризъм не просто като продукт, а като поведенчески модел и споделена отговорност на всички заинтересовани страни. Анализът започва с проследяване на **теоретичната еволюция на концепцията**, като се акцентира върху императива за превръщането на дестинациите в по-добри места за живеене и посещение. Специално внимание се отделя на **многоаспектния характер на отговорността**, разглеждана не като изолиран продукт, а като споделен ангажимент между институциите, бизнеса и местните общности.

Изложението систематизира **ролята на ключовите заинтересовани страни**, като същевременно извежда водещи международни добри практики, приложими в българския контекст. Чрез критичен преглед на съвременните предизвикателства, главата успява да дефинира теоретичния конструкт, върху който се гради цялото по-нататъшно изследване. **Целта на главата** е да дефинира концептуалния модел, върху който ще бъде изградено по-нататъшното изследване, и да обоснове тезата, че отговорният туризъм е „начинът на действие“, чрез който се постигат целите на устойчивото развитие.

1.1. Същност и особености на отговорния туризъм

От началото на 90-те години устойчивостта формира парадигма за развитие на туризма (Saarinen, 2021). Въпреки че терминът е широко използван в много сфери от обществения живот, ясни параметри за развитието на туризма по устойчив начин липсват. С течение на времето обаче в теорията се обособява и друг термин, понякога обвързан или заместващ устойчивия туризъм, а именно отговорния туризъм. Въпреки че тези две понятия споделят много общи елементи, техният идеологически контекст включва и критични различия. В тази първа част от дисертационния труд ще разгледаме понятията за устойчивост и отговорност в контекста на туризма и на базата на

литературен преглед ще ги разграничим или приравним за бъдещи научни изследвания. В контекста на отговорния туризъм ще се отворят и нови теоретични възможности за критично изследване на туризма и влиянието му върху дестинацията.

Терминът „отговорен туризъм“ е използван в литературата още през 90-те години на двадесети век в доклада на Smith (1990) за семинара на Световната организация по туризъм през 1989 г. на тема „Алтернативен“ туризъм. Тогава е решено да се използва „отговорен“ туризъм вместо „алтернативен“ като по-ясен и точен термин. Определен е като тип туризъм, включващ в себе си всички други видове туризъм, фокусирани върху естествената, изкуствената и културна среда на приемащата общност и интересите на различни групи (Fennell & Malloy, 2007).

През последните двадесет години проучването на отговорния туризъм предизвиква голям интерес сред изследователите. Вследствие на това, в специален брой на Journal of Sustainable Tourism Magazine, обсъждащ изследователските перспективи на отговорния туризъм, координаторите (Bramwell и съавт., 2008) разграничават и класират различни проучвания по въпроса.

Първата перспектива се отнася до производството и потреблението. Някои проучвания се фокусират върху опитните туристически потребители и техните етични ценности, което означава тяхното отношение и поведение. Някои други изследвания се фокусират върху производствени туристически услуги и бизнес субекти, етични концепции, мотивация и реакции. Включването на етичните принципи в бизнес дейностите може да се обясни с разпространената в световен мащаб философска отговорност на корпоративните компании.

Втората модалност разкрива изследване на типа взаимоотношения между заинтересованите страни в туристическата индустрия, като те могат да бъдат между потребител и производител, турист и местното население или дори между собственик на бизнеса и служителите му.

Третият подход се фокусира върху изследване на индивидите и моралното поведение, което означава наблюдение на социални групи и тяхната масова отговорност.

Четвъртият подход се фокусира върху отговорния туризъм като отношение към маркерите на политиката. Някои специалисти смятат, че действията и промените трябва да започнат да нарастват, докато други подкрепят радикални нагласи като подход към

модификации, критикуващи капиталистическите социални различия и предлагащи термина „туризъм на справедливостта“.

Поредица от изследвания потвърждават актуалността на нашето изследване като подчертават интереса на учените към идентифициране на начини за количествено определяне (Xin & Chan, 2014)(Jaini и съавт., 2012)(Bagul & Eranza, 2010) или към концептуалното изясняване чрез дефиниране на термините отговорен туризъм (Caruana и съавт., 2014) и отговорен турист (Mody и съавт., 2014).

Един от най-ранните учени, изследващи отговорния туризъм, Brian Wheeller, има следното мнение: „*Отговорният туризъм се разрасна като реакция на масовия туризъм, увлечен е от вълнението на екологичните проблеми и се защитава като подходящ път напред*” (Wheeller, 1991). Wheeller цитира конференция на Световната туристическа организация през 1989 г., която поставя началото на по-широко разпространена дискусия за отговорния туризъм и прави опити да се формулират точните дефиниращи параметри на отговорния туризъм по следния начин: „*Ние определяме отговорния туризъм като свързан с всички форми на туризъм по отношение на природните, изградени и културни среди на домакините и интересите на всички засегнати страни, т.е. домакини, гости/посетители, туристическа индустрия, правителства и др*.“ (Wheeller, 1990).

Въпросът за отговорността е разгледан от Cooper и Ozdil (Cooper & Ozdil, 1992) в началото на 90-те години, които изучават Турция като цел на изследването си и я разглеждат като топ дестинация за масов туризъм. Проучване на Godfrey (1998) разглежда правителствената част на проблема като обсъжда позицията на обществения туристически сектор срещу принципите на устойчивия туризъм, като набляга на необходимостта от институционална щедра подкрепа с оглед на по-ефективна интеграция и координация на местните хора.

Други източници подчертават, че **отговорният туризъм не е заместител на термина за устойчив туризъм сам по себе си.** Всъщност това не е нов термин, но не е и нова алтернатива на други форми на туризъм или нов начин за „изпълнение“ на устойчив туризъм (Blackstock и съавт., 2008). По-конкретно, отговорният туризъм може да се развива с много различни инициативи на ум, особено тези, базирани на приоритетите и специфичния контекст на дестинациите.

Първата конференция за отговорен туризъм се състои в Кейп Таун през 2002 г. като съпътстващо събитие преди Световната среща на върха за устойчиво развитие в Йоханесбург през същата година. Създава се **Декларация за отговорен туризъм**, която призовава всички заинтересовани страни да „поемат отговорност за постигането на устойчив туризъм и да създадат по-добри места за живеене на хората и за посещения“ („The Cape Town Declaration, Cape Town“, 2002). Декларацията от Кейптаун от 2002 г. признава, че отговорният туризъм може да приеме много различни форми. Дефинира се като пътуване и туризъм, които свеждат до минимум неблагоприятните икономически, екологични и социални въздействия, увеличават икономическите ползи за местните жители и подобряват благосъстоянието на приемащите общности, подобряват условията на труд и достъпа до индустрията, въвличат местните жители в решения, които имат въздействие върху техния живот и има положителен принос към местната среда. Съгласно дефиницията за отговорен туризъм, той включва предоставяне на посетителите на по-добри ваканционни изживявания, предоставяне на туристическия бизнес на по-големи търговски перспективи и подпомагане на местното население да се радва на по-добро качество на съществуване чрез по-високи социално-икономически предимства и подобрено управление на природните ресурси (Chandel и съавт., 2015). Декларацията се основава на трите стълба на устойчивостта в туризма и призовава за икономическа, социална и екологична отговорност.

В тази връзка можем да твърдим, че понятието отговорност е свързано с отговорно поведение и действие. Този възглед за **отговорния туризъм, основан на поведение или действие**, е подкрепен от Harold Goodwin, определян като един от основателите на движението за отговорен туризъм. Според него „*Идеята за отговорен туризъм има в основата си императивът да се поеме отговорност, да се предприемат действия; потребителите, доставчиците и правителствата носят отговорности. Амбицията на отговорния туризъм е да се справи с въздействията на масовия туризъм, да засили положителното и да намали отрицателното въздействие …. Отговорният туризъм означава, че всички участници поемат отговорност за превръщането на туризма в по-устойчив*” (Goodwin, 2011). Неговото разбиране на концепцията за отговорност приема три аспекта: отчетност, способност за действие и способност за реагиране.

Klein (2011) категоризира фокуса на определението за отговорен туризъм в три големи групи: (1) въздействието на туризма върху околната среда; (2) честно и

справедливо разпределение на икономическите ползи от туризма за приемащите общности; и (3) смекчаване на отрицателното социално-културно и наследствено въздействие на туризма. Следователно отговорният туризъм поставя акцент върху **включването на приемащите общности** в процеса на вземане на решения, подобряване на достъпа до възможности за заетост за членовете на местната общност, допринасяне за отговорно управление, отричане на корупцията, намаляване на икономически изтичания, увеличаване на включването на жените и хората с увреждания, осигуряване на справедливи трудови стандарти и гарантиране, че ресурсите (природни, екологични, културни и наследство) се управляват устойчиво (Booyens, 2010)(Burrai и съавт., 2019)(Caruana и съавт., 2014).

Според Goodwin и Francis (2003) отговорният туризъм представлява съществена пазарна тенденция към етично консуматорство и маркетинг на начина на живот. Устойчивата промяна на живота е цел на туризма, която е от полза и за местната икономика, обществото и околната среда. Предоставянето на автентични преживявания на туристите, подобряването на качеството на живот (QoL) на местните общности и активното участие на заинтересованите страни са целите на тази стратегия.

Изтъкнатият учен и практик Harold Goodwin (2011) съобщава в книгата си „Поемане на отговорност за туризма“, че подходът за отговорен туризъм се застъпва за три вида отговорности: (1) отговорност към околната среда чрез устойчиво използване на ресурсите, (2) отговорност към икономическо развитие на членовете на местната общност чрез увеличаване на възможностите им да участват в туристическата индустрия и (3) отговорност към посетителите чрез осигуряване на тяхната безопасност и сигурност по време на пътуване; което като цяло води до устойчиво развитие на туризма. Отговорният туризъм не е нито вид, нито форма на туризъм; по-скоро това е алтернативен подход към напредъка на туризма (Goodwin, 2011), ръководен предимно от „Принципите на устойчивия туризъм“, който отново се основава на „туристическа етика“ и „права на човека“. Този новопоявил се туристически подход има различни други аспекти и често е свързан с широк набор от инициативи като: алтернативен туризъм, екотуризъм, геотуризъм, доброволчество, селски туризъм, етичен туризъм, туризъм за справедлива търговия и туризъм в полза на бедните (Baldo, 2016; Chettiparamb & Kokkranikal, 2012).

Според Mathew и Nimmi (2022) отговорният туризъм включва четири области на отговорност: икономическа, социална, културна и екологична. Тези аспекти оказват голямо влияние върху удовлетвореността от живота на жителите на общността.

Според професор Harold Goodwin "*Отговорният туризъм е свързан с отговорността за постигане на устойчиво развитие чрез туризъм. Той идентифицира важни икономически, социални и екологични проблеми на местно ниво и се занимава с тях*." Отговорният туризъм означава „*да направим по-добри места за живеене на хората и по-добри места за посещение*“. Следователно терминът отговорен туризъм се фокусира върху възпитаването на съзнанието на туристите за отговорност към местата, които посещават.

Отговорният туризъм е свързан с прилагането на ефективни практики за управление на туризма, за да се максимизират ползите от туризма и да се избегнат неговите отрицателни въздействия. Въпреки това приоритетите на различните заинтересовани страни и дестинации в туризма се различават. Следователно политиките и насоките в областта на туризма трябва да бъдат разработени чрез процеси с множество заинтересовани страни за устойчиво отговорно развитие на туризма в туристическите дестинации. Според някои учени всички заинтересовани страни носят отговорност за осигуряване на устойчивост чрез туризма. Harold Goodwin (2016) казва, че отговорният туризъм по принцип е присъщо оптимистичен: като негова сърцевина е императивът да направи туризма по-добър. Всички форми на туризъм могат да бъдат по-добри и по-отговорни, ако ние, индивидуално и колективно, поемем отговорност. Според Декларацията от Кейптаун (*ICRT-International Centre for Responsible Tourism (2010) Cape Town Declaration*, б.д.) отговорният туризъм може да бъде идентифициран като пътувания, които минимизират отрицателните екологични, социални и културни въздействия; генерират по-големи икономически ползи за местните хора и приемащите общности; имат положителен принос за опазването на природното и културното наследство и за поддържането на световното многообразие.

Според професор Harold Goodwin (който често бива наричан „Бащата на отговорния туризъм“) този новопоявил се туристически подход е „антитезата на прекомерния туризъм“, тъй като помага за максимизиране на положителното въздействие на туризма, като същевременно минимизира разходите му за дестинация.

Отговорният туризъм е един от няколкото тясно свързани термина, които се основават на етика:

- Екотуризъм – Отговорно пътуване до природни зони, което опазва околната среда и подобрява благосъстоянието на местните хора.
- Геотуризъм - Туризъм, който поддържа или подобрява географския характер на дадено място – неговата среда, наследство, естетика и култура и благосъстоянието на жителите му.
- Туризъм в полза на бедните - Туризъм, който води до увеличени нетни ползи за бедните хора в дадена дестинация.
- Отговорен туризъм - Туризъм, който увеличава максимално ползите за местните общности, минимизира отрицателните социални или екологични въздействия и помага на местните хора да запазят техните култури и местообитания или видове.
- Устойчив туризъм - Туризъм, който отчита напълно своите настоящи и бъдещи икономически, социални и екологични въздействия, адресирайки нуждите на посетителите, индустрията, околната среда и приемащите общности. Насоките за развитие на устойчив туризъм и практиките за управление са приложими за всички форми на туризъм във всички видове дестинации, включително масовия туризъм и различните нишови туристически сегменти.
- Етичен туризъм - Туризъм в дестинация, където етичните въпроси са ключовият двигател, напр. социална несправедливост, права на човека, хуманно отношение към животните или околна среда (Chandel и съавт., 2015).

Въпреки че терминът отговорен туризъм често се свързва с някои от изброените по-горе термини (Merwe & Wöcke, 2007), важно е да се подчертае, че докато тези форми на туризъм представляват туристически ниши/продукти, **отговорният туризъм не е продукт, а „начин за извършване на туризъм“** („The Cape Town Declaration, Cape Town“, 2002). Може да се заключи, че отговорният туризъм не е синоним на устойчив туризъм. Отговорният туризъм е действие или поведение, което подчертава участието на всички страни в поемането на отговорност за туризма с цел постигане на устойчив туризъм.

Най-общо казано, **отговорният туризъм е участието на всеки в поемането на отговорност за превръщането на туризма в по-устойчив**. Goodwin (2016) казва, че амбицията на отговорния туризъм е да се справи с въздействията на масовия туризъм,

да подобри положителното въздействие и да намали отрицателното такова. Ние възприемаме дефинирането на отговорния туризъм в това да правим местата по-добри за живот и по-добри за посещение и възприемаме участието на всички заинтересовани лица в постигането на тази цел. Затова е необходимо да се анализират всички заинтересовани страни и да се обособи централна роля или ключов участник, който да обединява усилията на всички за постигане на устойчивост чрез отговорно поведение (Станоева, 2023).

Концепцията за отговорен туризъм е широко призната както в академичните среди, така и от различни институции извън научната общност. Това създава предпоставки за разширяване на теоретичната рамка и за изследване на нови аспекти в контекста на тази тематика. Един от ключовите акценти в изследванията е върху факторите, които допринасят за устойчивостта, като се подчертава значението на поведението на основните заинтересовани страни – мениджъри, туристи и институции – в насърчаването на устойчиви практики за развитие.

Може да се отбележи, че **отговорният туризъм не е равнозначен на устойчив туризъм.** По-скоро той представлява поведение или действие, което ангажира всички участници в процеса с поемането на отговорност за развитието на туризма, така че да се постигнат принципите на устойчивост. Най-общо казано, отговорният туризъм изисква всеки да поеме ангажимент за трансформиране на туризма в по-устойчива практика. Всички форми на туризъм имат потенциал да станат по-добри и по-отговорни, ако както индивидуално, така и колективно, поемем необходимата отговорност.

Концептуализирането на отговорния туризъм като споделен ангажимент на заинтересованите страни е само едната страна на процеса по трансформация на сектора. За да се придобие холистична представа за мащаба на тези промени, е необходимо аналитичният фокус да се разшири към **обзора на понятието устойчив туризъм**. Тяхната синергия доказва, че докато устойчивостта задава посоката на развитие, отговорността е тази, която я изпълва с практическо съдържание и измерими резултати.

Въпреки че устойчивият туризъм сам по себе си е оспорвана концепция, идеята се е превърнала в една от големите иновации на научните изследвания в туризма (Hall, 2011). Точно заради този проблематичен характер, терминът търпи някои модификации с течение на времето. **Програмата на Обединените нации за околната среда** (UNEP) и Световната организация по туризъм (UNWTO) съвместно **предефинират устойчивия**

туризъм и го определят като „*туризъм, който отчита напълно своите настоящи и бъдещи икономически, социални и екологични въздействия, насочен е към нуждите на посетителите, индустрията, околната среда и приемащите общности*”(*United Nations Environment Programme (UNEP). Making Tourism More Sustainable—A Guide for Policy Makers*, 2005). В други научни публикации е предложен балансиран подход при дефинирането на устойчивия туризъм, който се фокусира върху трите стълба на устойчивостта – икономически, социално-културен и природен (екологичен) (вж. Фиг. 1). Това е така наречената **концепцията за триизмерна устойчивост** (Ritchie & Crouch, 2000; Swarbrooke, 1999). Тя се приема за основополагаща в по-нататъшните научни изследвания по проблематиката, затова и авторите на настоящия дисертационен труд я възприемат.



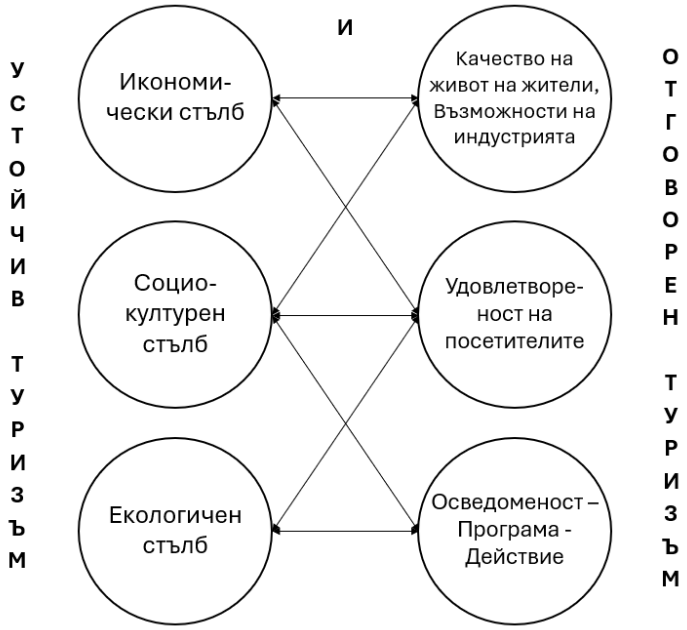
Фигура 1: Предложено разбиране за устойчив туризъм (въз основа на триизмерния модел за устойчивост)
Източник: Авторска разработка

На база на тази концепция се разработват стратегии за устойчив туризъм, целящи балансиране на въздействието на туризма върху трите стълба. Твърде бавното и неефективно навлизане на устойчивостта в туристическата практика обаче налага да се разшири подходът от трите стълба – като се включат стимули за прилагането на устойчивост. Взимайки основната цел на отговорността в туризма - да насърчава

устойчивостта във всичките ѝ измерения (икономически, социални и екологични), тези стимули трябва да доведат до устойчив туризъм на практика (Frey, 1985; Mihalic и съавт., 1996).

Според Mihalic първият така наречен социално-политически тригер (стимул) за приложение се отнася до фазите на изпълнение Осъзнаване-Програма-Действие. Следователно към основното концептуално разбиране на устойчивия туризъм е добавен нов аспект – на отговорност или „устойчивост в действие“ (Mihalic, 2016). Затова отнасяме устойчивия туризъм до концепция за устойчивост и нейните стълбове, а отговорния туризъм отнасяме до прилагането на устойчивостта и нейните тригери.

Въпреки че концепцията за устойчив туризъм предлага стабилна теоретична основа и насоки за развитие, в практиката често се наблюдават затруднения при приложението ѝ. Това поражда необходимостта от допълнително обогатяване на модела чрез включване на отговорност като ключов елемент, който да насърчи реалното прилагане на принципите на устойчивост. Отговорният туризъм, дефиниран като практическо изпълнение на устойчивостта, добавя измерение на ангажираност от страна на туристите, бизнеса и местните общности.



Фигура 2: Основни елементи на „responsustable“ туризма и връзките между тях

Източник: Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards 'responsustable' tourism.

Една от значимите иновации в тази посока е създаването на концепцията за устойчив отговорен туризъм (Sustainable Responsible Tourism), въведена от Mihalic. Тя обединява дискурса за устойчивост и отговорност, превръщайки го в мост между теоретичната рамка и практическото приложение.

Понятието **устойчиво-отговорен туризъм** (буквален превод на понятието „responsustable“) е въведено от Mihalic през 2016 г. като концепция, която интегрира всички ключови аспекти на устойчивостта и отговорността в туризма. Впоследствие този модел е надграден и усъвършенстван както в теоретични изследвания, така и в практически приложения.

На Фиг. 2 са представени основните елементи на „responsustable“ туризма и връзките между тях според Mihalic. Моделът подчертава взаимовръзката между трите стълба на устойчивостта и действията, както и реакциите на заинтересованите страни. Социалният компонент на концепцията става основа за адаптиране на социалните етапи на Фрей към модела Triple-A, който обединява принципите на устойчиво-отговорен туризъм.

Таблица 1: Структурни елементи на отговорния-устойчив туризъм

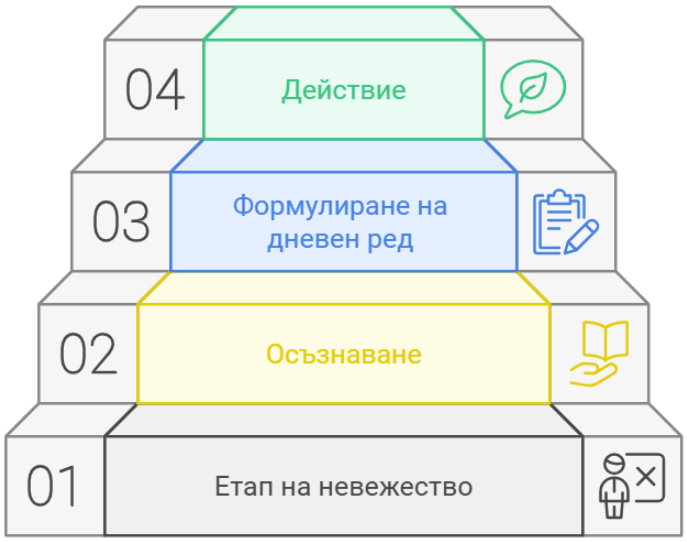
3-те стълба на устойчивост	+ действията и реакциите
➢ *икономически* ➢ *социално-културен* ➢ *екологичен*	➢ *QoL на домакините* ➢ *задоволеност на туристите* ➢ *Triple-A модел*

Източник: Авторова разработка по Mihalic, T.; Mohamadi, S.;Abbasi, A.; Dávid, L.D. Mapping a Sustainable and Responsible Tourism Paradigm

Швейцарският икономист Бруно Фрей през 1985 г. предлага четиристепенна схема, описваща развитието на новите екологични тенденции. Тя включва: Етап 1 – период, в който опазването на околната среда не е на дневен ред; Етап 2 – осъзнаване на екологичните щети; Етап 3 – дискусия относно политиките за справяне с тези щети; и Етап 4 – реално прилагане на политиките за опазване на околната среда. Mihalic и Kaspar идентифицират възможността тази четиристепенна рамка да бъде адаптирана към туристическата индустрия и през 1996 г. в съвместния си труд *„Икономика на околната*

среда в туризма“ (Mihalic и съавт., 1996) предлагат модела Triple-A за устойчиво-отговорен туризъм.

Моделът Triple-A е доразвит чрез преосмисляне и преименуване на първоначалните етапи, като названието му идва от трите основни фази: Awareness (Осъзнаване), Agenda (Програма) и Action (Действие).



Фигура 3: Triple-A: Моделът и неговите етапи

Източник: Авторова разработка

Етап на Невежество: Това е периодът преди дестинацията да осъзнае екологичните проблеми, свързани с туризма. Липсата на информираност сред заинтересованите страни води до пренебрегване на устойчивостта. Този етап обаче не е включен в модела Triple-A.

Осъзнаване: В тази фаза дестинацията разполага с достатъчно информация относно въздействията на туризма върху околната среда. Възниква „съзнание за устойчивост на туризма“, което кара заинтересованите страни да признаят значението на тези проблеми (Mihalic, 2016).

Програма: След като осъзнаването на проблемите е постигнато, следва етапът на формулиране на дневен ред. Тук устойчивостта се интегрира в стратегическите цели на дестинацията, а дискусиите се съсредоточават върху подходящите политически инструменти.

Действие: Най-високият етап в пирамидата представлява реалното изпълнение на политиките за устойчивост. На този етап устойчивите практики намират приложение в практиката, демонстрирайки туристическа отговорност[41].



Фигура 4: Пирамидалната структура на Triple-A

Източник: Mihalic, T. Sustainable-Responsible Tourism Discourse—Towards 'Responsustable' Tourism. J. Clean. Prod. 2016, 111, 461–470

Моделът Triple-A е изграден като пирамида, в основата на която се намира осъзнаването, следвано от програма и действие. Тази структура обаче включва и три различни направления – икономическо, екологично и социално-културно. Те се представят чрез три хоризонтални стрелки, които символизират напредъка и проникването на устойчивостта в различни аспекти.

Пирамидата всъщност може да бъде разглеждана като сбор от три отделни пирамиди, всяка от които представя напредъка в конкретен стълб на устойчивостта. Заинтересованите страни могат да се намират на различни етапи в различните пирамиди, както по вертикала (осъзнаване, програма, действие), така и по хоризонтала (икономическа, екологична или социално-културна устойчивост).

Моделът Triple-A подчертава необходимостта от задълбочен анализ и по-ефективно включване на всички заинтересовани страни в туристическата индустрия. Успешното постигане на устойчивост изисква координация между участниците, като

ключова цел остава обединяването на усилията им около отговорното поведение и устойчивите практики.

1.2. Характеристика на устойчивостта на туристическата дестинация

Концепцията за устойчиво развитие е сред най-широко дискутираните понятия в съвременната наука, политика и практика. Подобно на термини като свобода или демокрация, тя обхваща многопластово съдържание и често предизвиква разнообразни интерпретации (Dogramadjieva, 2000). Макар и популярността ѝ да нараства значително през последните десетилетия, именно тази всеобхватност създава риск от едностранчиво тълкуване и отдалечаване от първоначалната цел – постигане на баланс между икономическото развитие, социалното благополучие и опазването на околната среда.

Английският термин "sustainability" навлиза широко в научната терминология през 80-те години на XX век, обозначавайки **състояние на гъвкаво равновесие**. Въпреки че днес "sustainable development" обикновено се превежда като "устойчиво развитие", съществуват аргументи срещу тази терминология. Някои автори, като Серебрянный и др. (Серебрянный & Скопин, 1998), поставят под въпрос коректността на този превод от лингвистична, философска, научно-теоретична и практическа гледна точка, твърдейки, че той може да води до погрешно разбиране на същността. Предлагат се алтернативни дефиниции като "хармонизирано", "балансирано" или "поддържано" развитие, които по-точно отразяват идеята за управляван процес, целящ постигането на равновесие между околната среда, нейните ресурси, икономиката и човешкото общество. Въпреки тези основателни забележки относно смисловите нюанси и различните интерпретации, които терминът "устойчиво развитие" може да получи, неговата изключителна популярност в обществото, политическите и научните среди, както и утвърденото му присъствие във всички официални документи, налагат неговата употреба.

Корените на концепцията могат да се проследят още в средата на XX век, когато глобални научни изследвания започват да поставят въпроса за необходимостта от съчетаване на социално-икономическия прогрес с ограничените природни ресурси и качеството на живот. Истинската институционализация настъпва с учредяването на Световната комисия по околна среда и развитие (WCED) към ООН през 1983 г., чийто доклад „Нашето общо бъдеще“ (Environment & Development, 1987) дава класическото определение за устойчиво развитие като „*развитие, което удовлетворява нуждите на*

настоящето, без да застрашава възможностите на бъдещите поколения“. Това определение поставя в центъра равнопоставеността между настоящи и бъдещи поколения и необходимостта от интеграция между икономически, социални и екологични измерения.

В български контекст, идеята за устойчиво развитие постепенно се въвежда в законодателството и стратегическите документи, като Закона за защитените територии (1998) и Закона за регионалното развитие (1999), а в края на 90-те години Програмата на ООН за развитие подпомага изработването на общински стратегии за устойчиво развитие в отделни региони (Dogramadjieva, 2000). Тази нормативна рамка свидетелства за адаптирането на глобалната концепция към локални условия.

Въпреки това липсата на универсална дефиниция води до редица критики. Някои автори акцентират върху необходимостта от динамичен баланс между общество и околна среда, включващ пространствени, времеви и етични компоненти. Други посочват опасността от абстрактност, трудности в прилагането на глобални модели на локално ниво, както и риска от злоупотреба с понятието за обслужване на тесни интереси.[43] Това налага принципа „мисли глобално, действай локално“ като основополагащ при операционализацията на концепцията.

Особено важно е отражението на устойчивото развитие върху туризма – един от най-бързо развиващите се отрасли на световната икономика. През 80-те години вниманието се насочва към необходимостта туризмът да бъде екологично поносим и социално отговорен, което води до популяризиране на нови форми като „мек“ или „отговорен“ туризъм (Маринов, б.д.). Нарастващата загриженост на туристите за околната среда и стремежът към здравословен и културно ангажиран отдих стимулират индустрията да предлага алтернативни модели – екотуризъм, селски, приключенски или културен туризъм. (Попова, б.д.)

В теоретичната рамка Butler дава класическо разграничение между устойчив туризъм и устойчиво туристическо развитие, като подчертава необходимостта туризмът да се развива в мащаби, които не разрушават социалната и природната среда. Макар тази дефиниция да е широко застъпена в литературата, практическото ѝ приложение често остава ограничено.

Днес концепцията за устойчиво развитие се разглежда едновременно в научен, политически и поведенчески аспект, а постигането на целите ѝ е възможно единствено

чрез интеграция на тези измерения. В туризма това означава изграждане на модели, които съчетават икономическата жизнеспособност на дестинациите с опазването на ресурсите и благосъстоянието на местните общности. Така устойчивото развитие преминава от абстрактна философия към практическа необходимост за сектор, изправен пред рискове от прекомерен растеж и свръхексплоатация на ресурсите.



Фигура 5: Примерна адаптация на схемата за туризма по концепцията за устойчиво туристическо развитие

Източник: Авторова разработка по Dogramadjieva, E. (2000). Концепцията за устойчиво туристическо развитие като част от глобалната идея за устойчивост в съвременния свят.

В тази връзка следващата точка ще разгледа инструментите за измерване на устойчивостта на туристическите дестинации, като постави акцент върху рамката на Целите за устойчиво развитие (SDGs) и тяхното приложение в туристическия сектор.

Устойчивостта в туризма е сред най-важните концепции, които бележат развитието на сектора през последните десетилетия. Туристическите дестинации често разчитат на туризма като ключов двигател на икономическия растеж и конкурентоспособността, но същевременно се изправят пред риск от разрушаване на природните ресурси и местните общности, когато този растеж не е управляван по устойчив начин (Mazanec и съавт., 2007). Това превръща въпроса за съчетаването на икономическа жизнеспособност, социално благосъстояние и опазване на околната среда в централно предизвикателство за глобалната туристическа индустрия. Въпреки множеството политики и стратегии, насочени към устойчиво развитие, редица автори посочват, че устойчивият туризъм все още има ограничен успех на практика, поради

недостатъчно прилагане или формално интегриране на принципите му (Buckley, 2012; Higgins-Desbiolles, 2010). Това показва, че по-голямата част от индустрията остава тревожно неустойчива, независимо от усилията на международни организации и национални правителства.

Съществена трудност в концептуализацията и прилагането на устойчивостта в туризма е липсата на универсално приета дефиниция и набор от показатели, които да позволяват сравнение между различните дестинации (Fernández & Rivero, 2009). Устойчивостта се разглежда като многопластова категория, която може да бъде интерпретирана през различни измерения – екологично, социално-културно, икономическо, институционално или дори политическо (Cottrell и съавт., 2013). Тази многомерност е както нейно предимство, така и източник на методологични предизвикателства. Международните организации обикновено приемат триизмерен подход, обхващащ икономически, социално-културни и екологични аспекти, докато в академичната литература се срещат и разширени модели, включващи институционални и управленски фактори. Именно това разнообразие на интерпретации прави измерването на устойчивостта по-сложно и налага разработването на адаптивни индикатори, съобразени със спецификата на всяка дестинация.

В този контекст е важно да се припомни, че дефиницията на Комисията Брънтланд от 1987 г. продължава да бъде основополагаща – развитие, което удовлетворява нуждите на настоящето, без да ограничава възможностите на бъдещите поколения. Тя е допълнена от принципите, приети на Конференцията в Рио де Жанейро през 1992 г. и на срещата RIO+20 (United Nations, 2012), които операционализират концепцията чрез акцент върху интеграцията на икономическото, социалното и екологичното измерение. През последните години тези идеи получиха нова актуалност в контекста на климатичната криза, като усилията са насочени към постигане на въглеродна неутралност и интеграция на Целите за устойчиво развитие на ООН. COVID-19 пандемията ускори необходимостта от преосмисляне на модела на туризма и допринесе за промяна в нагласите и ценностите на пътуващите, което отвори възможности за засилване на устойчивите практики.

Устойчивостта в туризма не се свежда до конкретен тип туризъм (например „екологичен“ или „зелен“), а се отнася до начина, по който секторът като цяло се управлява. Според UNWTO (U.N.W.T.O., 2004; World Tourism Organization (UNWTO) & Organization of American States (OAS), 2018) туризмът може да бъде определен като

устойчив, когато управлението на ресурсите позволява удовлетворяване на икономическите, социалните и естетическите потребности, като същевременно се съхраняват културната идентичност, биологичното разнообразие и жизнено важните екосистеми. Това предполага балансиране на интересите на различните участници – туристи, местни общности, бизнес и публични институции – и гарантиране на социална справедливост и равнопоставеност в дългосрочен план. Именно тази целокупност отличава устойчивото развитие на туризма от други форми на корпоративна социална отговорност, като го превръща в стратегически ресурс за конкурентно предимство.

В практическо измерение устойчивостта на туристическата дестинация изисква планиране и управление, които минимизират негативните ефекти от туризма и в същото време увеличават социалните и икономически ползи. Принципите на устойчивото развитие включват оптимално използване на природните ресурси, опазване на културното наследство, уважение към идентичността на местните общности и справедливо разпределение на социално-икономическите ползи. Те изискват сътрудничество между публичния и частния сектор, интегриране на местните жители във вземането на решения и активно включване на бизнеса в прилагането на устойчиви практики. Европейската комисия, например, разработи през 2014 г. „Европейска система от показатели за туризма“ като инструмент за устойчиво управление на дестинациите, подчертавайки важността на измерването на конкретни аспекти като екологосъобразен транспорт, социално включване и икономическа ефективност (European Commission. Directorate General for Enterprise and Industry., 2014).

Въпреки усилията устойчивостта често остава подложена на критики. От една страна, понятието страда от съдържателна неяснота и риск от инструментализация – използването му като маркетингово послание без реално приложение (Higgins-Desbiolles, 2010). От друга страна, глобалните препоръки трудно се прилагат на локално равнище, особено в региони със специфични икономически или културни характеристики. Това налага адаптиране на принципите „мисли глобално, действай локално“, за да се избегне механичното пренасяне на чужди модели, което често задълбочава проблемите вместо да ги решава.

Особено предизвикателство е сезонността, характерна за редица дестинации. В България, например, летният туризъм по Черноморието концентрира над 70% от нощувките в рамките на четири месеца, докато планинските райони предлагат възможност за по-дълъг туристически сезон, което представлява предимство от гледна

точка на устойчивостта. Същевременно планинските дестинации са по-уязвими на екологични натоварвания, което изисква внимателно балансиране между икономическа експлоатация и опазване на ресурсите.

В обобщение, устойчивостта на туристическите дестинации представлява динамичен процес, който изисква интегриране на икономически, социални и екологични измерения, както и включване на всички заинтересовани страни в процеса на планиране и управление. Докато концепцията продължава да се развива и адаптира към нови глобални предизвикателства, като климатичната криза и социалните трансформации, нейното практическо измерение остава ключов въпрос за бъдещето на туризма. За да се разбере по-добре как принципите на устойчивостта могат да бъдат приложени в реална среда, особено важно е да се анализират вече съществуващи добри практики. Те предоставят ценни уроци и модели, които могат да бъдат адаптирани към специфичните условия на различни дестинации, включително и в българския контекст.

1.3. Взаимодействие между отговорния туризъм и устойчивостта на дестинацията

След като разгледахме концепцията за отговорен туризъм и как той може да подкрепя устойчивото развитие на туристическите дестинации, е важно да преминем към реалните **примери за добри практики**, които демонстрират този процес на взаимодействие. На практика, отговорният туризъм не само съчетава устойчиви практики, но и активно допринася за запазване на природните, културните и социалните ресурси на дестинацията. Разгледаните примери са отговор на конкретни предизвикателства, като ограничаване на негативното въздействие върху околната среда, съхраняване на местната култура и стимулиране на икономическото развитие на общностите. Те илюстрират как добрите практики, прилагани в рамките на отговорния туризъм, не само подпомагат устойчивостта на дестинацията, но и създават дългосрочна стойност за местното население и самите туристи.

Връзката между отговорния туризъм и устойчивото развитие се проявява най-ясно чрез **конкретни политики и инициативи**, прилагани на местно, национално и международно ниво. Докато концепциите за устойчивост очертават стратегическите рамки, именно добрите практики демонстрират тяхната приложимост и реално въздействие. Те превръщат абстрактните принципи в конкретни модели за действие,

които допринасят за опазване на природните и културни ресурси, подобряване на качеството на живот на местните общности и повишаване на конкурентоспособността на туристическите дестинации.

Настоящият раздел ще представи успешни примери от Европа, структурирани в няколко ключови области. Първата от тях е с**ертифицирането за устойчивост и екологичните маркировки**, които играят роля за установяване на високи екологични стандарти и насърчаване на устойчиви практики в туристическия сектор. Втората област обхваща **инициативите за енергийна ефективност в хотелиерството**, които изграждат устойчив модел на управление на ресурсите в област представя **политики за намаляване на въглеродния отпечатък**, чрез национални и местни подходи за ограничаване на емисиите. Разделът ще разгледа и **стратегии за справяне със свръхтуризма**, които са от значение за устойчивото развитие и социалната отговорност на популярни туристически локации. Допълнително ще се обсъдят **образователни и информационни кампании**, целящи повишаване на осведомеността сред туристите и местните жители, както и инициативи за управление на отпадъците и повторната им употреба – значим елемент от кръговата икономика в туризма.

Тази структура има за цел да представи цялостен преглед на добрите практики, като покаже не просто тяхното съдържание, но и начина, по който те допринасят за екологичната, социалната и икономическата устойчивост на туристическите дестинации.

Първо ще разгледаме една от най-широко разпространените практики за интегриране на принципите на устойчивостта в туризма – **въвеждането на сертификационни системи и екологични маркировки**. Те служат като инструмент за гарантиране на определени стандарти в управлението на природните ресурси и туристическите услуги, като същевременно създават доверие у туристите и стимулират устойчиво поведение в сектора.

Сред най-известните системи в Европа са „Синият флаг“ (Blue Flag) и „Зеленият ключ“ (Green Key). „Синият флаг“ е международно признат стандарт, предоставян на плажове и пристанища, които отговарят на високи критерии за чистота, безопасност, екологично образование и управление на околната среда. В Испания, Франция и Гърция стотици плажове ежегодно получават това признание, което не само гарантира високо качество на природната среда, но и привлича туристи с екологично съзнание. Подобен

ефект има и в България, където редица черноморски плажове са сертифицирани със „Син флаг“ всяка година, което допринася за повишаване на международния имидж на страната.

„Зеленият ключ“ е друга водеща сертификационна програма, насочена основно към места за настаняване, но не само. Тя поставя акцент върху намаляването на енергийната и водната консумация, управлението на отпадъците и въвеждането на устойчиви практики в ежедневната работа на туристическите обекти. В Дания програмата обхваща над 100 туристически обекта, които благодарение на прилагането на тези стандарти значително намаляват въглеродния си отпечатък и оптимизират използването на ресурси.

Много хотели в Австрия носят екомаркировки (Austria.info, б.г.) като Австрийската екомаркировка (The Austrian Eco-Label), Green Key Certificate и BIO HOTELS. Тези сертификати показват ангажимента им към опазване на климата, социална устойчивост, спестяване на енергия чрез възобновяеми източници и намаляване на отпадъците. Примери за сертифицирани хотели включват Boutiquehotel Stadthalle във Виена, Naturhotel Outside в Тирол, Hotel Altstadt Vienna и други, които активно прилагат мерки като доброволно отчитане на CO_2 (с план за действие за намаляване на емисиите) и използване на регионални продукти.

Ефектът от подобни сертификационни схеми се проявява в няколко измерения. На екологично ниво те стимулират опазването на природните ресурси и намаляват замърсяването. На социално ниво сертифицираните обекти често се превръщат в пример за местните общности, насърчавайки устойчиво поведение и култура на отговорно потребление. На икономическо ниво сертификацията действа като маркетингов инструмент, който повишава конкурентоспособността на дестинацията и привлича нови сегменти от туристи, които търсят „зелени“ алтернативи.

Въпреки позитивните ефекти, предизвикателствата остават свързани с високата цена на сертификационните процеси, необходимостта от периодични одити и трудностите при поддържането на стандартите в малките туристически обекти. Това изисква разработването на по-гъвкави модели за сертификация и по-силна подкрепа от страна на държавните институции.

Тези стандарти често стават основа за внедряването на конкретни **инициативи за енергийна ефективност в хотелиерството**, насочени към оптимизиране на

ресурсната консумация и преход към възобновяеми източници. Хотелиерският сектор е сред най-интензивните потребители на енергия и ресурси в туризма, което го превръща в критична област за прилагането на устойчиви практики. През последното десетилетие в Европа се наблюдава значително нарастване на инициативите за енергийна ефективност в хотелите, които имат за цел да намалят въглеродния отпечатък и да оптимизират разходите, като същевременно подобряват екологичния имидж на дестинациите (UNWTO, 2010).

Пример за успешна практика е веригата Vincci Hoteles (Испания) (Vincci Hotels, б.г.), която въвежда системи за енергиен мониторинг, подменя традиционното осветление с LED технологии и преминава към 100% зелена електроенергия. В резултат са постигнати спестявания от 25 GWh годишно и намаление на въглеродните емисии с над 1400 тона CO_2. Подобни резултати демонстрират как поетапните инвестиции в технологични решения водят до значителен екологичен и икономически ефект. Имат и приложение за измерване на CO2 отпечатък и компенсирането му.

Друг пример е Silken Hotels (Испания) (Hoteles Silken, б.г.), които въвеждат усъвършенствани системи за управление на комфорта, базирани на анализ на данни в реално време. Това позволява оптимизация на климатичните системи и води до 14% намаление на енергийните сметки и спестени 143 тона CO_2 годишно. Тази практика показва, че устойчивостта не е непременно свързана с мащабни структурни промени, а може да се постигне и чрез интелигентни системи за управление.

В Италия, хотел Rapa Nui въвежда слънчеви панели, компостиране на органични отпадъци и програми за обучение на персонала. В Палермо, Grand Hotel des Palmes инсталира система за енергиен мениджмънт, която обхваща всички ключови дейности на хотела, позволявайки оптимизация на потреблението без значителни инфраструктурни инвестиции (Hospitality Insights, 2022).

На политическо ниво Испания въвежда регулации, които задължават хотелите да поддържат оптимални температури на отопление и климатизация (между 19°C и 27°C в зависимост от сезона), с цел намаляване на енергийните разходи. Подобни законодателни мерки стимулират целия сектор към по-устойчиво поведение.

Ефектите от тези инициативи могат да бъдат обобщени в три направления. На екологично ниво се постига значително намаление на енергопотреблението и емисиите на парникови газове. На икономическо ниво хотелите реализират директни финансови

спестявания и повишават своята конкурентоспособност. На социално ниво устойчивите хотели засилват своята репутация и привличат нарастващия сегмент от „зелени туристи“.

Предизвикателствата при прилагането на енергийно ефективни мерки са свързани най-вече с първоначалните инвестиции и нуждата от обучение на персонала. Въпреки това в дългосрочен план ползите значително надхвърлят разходите, което прави тези практики пример за икономически оправдана устойчивост.

Туризмът е един от секторите, които най-интензивно **допринасят за въглеродните емисии** – основно чрез транспорт, настаняване и енергопотребление. Паралелно с технологичната модернизация, европейският опит акцентира върху **политиките за намаляване на въглеродния отпечатък**, които обхващат не само настанителната база, но и управлението на транспортните потоци и насърчаването на нисковъглеродни форми на придвижване. В специализираната литература се подчертава, че постигането на екологичен баланс в сектора е комплексна задача, която изисква обединените усилия на всички заинтересовани страни. В тази връзка проф. д-р Еленита Великова(Velikova, 2019) акцентира върху факта, че внедряването на екологични практики в пътническия транспорт е от критично значение за минимизиране на вредното въздействие върху околната среда. Според автора именно оптимизирането на транспортните модели е факторът, който в най-висока степен гарантира устойчивостта на туризма в дългосрочен аспект. Изследванията на Великова[60] показват, че за българските курорти е критично важно да преминат към устойчиви транспортни практики, за да отговорят на изискванията на ЕС за чистота на атмосферния въздух и устойчиво развитие.

Като успешна илюстрация на тези теоретични постановки може да се посочи австрийската туристическа карта за обществен транспорт (Mobilitätskarte). Тя предоставя на туристите достъп до транспортната мрежа на преференциални или безплатни условия, като по този начин активно стимулира замяната на личните автомобили с по-екологични алтернативи. В региони като Тирол и Залцбург тази инициатива не само редуцира трафика и емисиите, но и подобрява потребителското изживяване чрез улеснен достъп до дестинациите (Umweltbundesamt, б.г.).

Друг силен пример е Норвегия, която активно интегрира нисковъглеродни решения в своя туристически сектор. Страната инвестира в електрически фериботи,

използва възобновяеми енергийни източници в хотелиерството и въвежда национални цели за намаляване на емисиите с 40% до 2030 г. Така туризмът се превръща в двигател на националната политика за климатична неутралност (Innovation Norway, 2021).

Тези политики оказват положително въздействие върху устойчивостта в три направления. На екологично ниво те намаляват парниковите газове и подпомагат борбата с климатичните промени. На социално ниво предлагат по-устойчиви форми на транспорт и достъпност, подобрявайки мобилността на туристи и местни жители. На икономическо ниво създават нови възможности за зелени технологии, работни места и конкурентоспособност на дестинациите, които се позиционират като „отговорни“ и „екологични“.

Въпреки успехите предизвикателствата включват високите първоначални инвестиции, необходимостта от инфраструктурна модернизация и зависимостта от политическа воля. Тези трудности подчертават нуждата от публично-частни партньорства и дългосрочни стратегии за финансиране.

Отвъд екологичните измерения, отговорният туризъм в Европа адресира и социалните предизвикателства чрез разработването на комплексни **стратегии за справяне със свръхтуризма** (*overtourism*). Свръхтуризмът е едно от най-сериозните предизвикателства пред устойчивото развитие на туристическите дестинации в Европа. Той води до пренаселеност, влошаване на качеството на живот на местните жители, натиск върху инфраструктурата и увреждане на културното и природно наследство. За да се справят с тези проблеми, редица градове въвеждат иновативни стратегии за управление на туристическия поток.

Венеция (Италия) е емблематичен пример. Градът въвежда такса за достъп, насочена към еднодневните посетители, и прилага регулации за ограничаване на круизните кораби, които имат сериозно въздействие върху околната среда (Illuminem, 2023). Допълнително се провеждат информационни кампании, които насочват туристите към по-малко посещавани райони. Тези мерки целят да създадат баланс между туристическия натиск и опазването на културното наследство (Venezia Autentica, б.г.).

Барселона (Испания) прилага интегрирана стратегия за устойчив туризъм, насочена към управление на туристическия поток и минимизиране на негативните ефекти от свръхтуризма. Основни мерки включват ограничаване на броя на хотелските лицензи в претоварените райони, въвеждане на строги правила за туристическите

апартаменти и платформите за краткосрочно наемане като Airbnb, изискващи специални лицензи и ограничаващи издаването им в жилищните квартали. Усилията на местните власти се допълват от ограничаване на броя на круизните кораби, акостиращи ежедневно в пристанището, и въвеждане на туристически данък за круизните посетители. Наред с това се увеличават туристическите такси за нощувки, като генерираните средства се насочват към подобряване на транспортната инфраструктура, опазване на културното наследство и финансиране на устойчиви проекти. В стратегически план Barcelona Turisme измени своя маркетингов подход, заменяйки слогана „Visit Barcelona“ с „This is Barcelona“ и акцентирайки върху привличането на „качествени“ туристи – такива, които търсят културни и артистични преживявания вместо масов туризъм, основан на плаж и забавления (Ajuntament de Barcelona, б.г.).

Въпреки тези усилия Барселона продължава да бъде изправена пред сериозни предизвикателства, свързани с високия брой туристи – Испания отчита рекорден ръст до 93,8 милиона международни посещения през 2024 г., което е с 10,1% повече спрямо предходната година, а през 2025 г. се наблюдава ново увеличение от 3,2% и 96,8 милиона посетители. Ресорният министър прогнозира, че целта от 100 милиона туристи ще бъде постигната в рамките на 2026 година. За да отговори на тези тенденции, Барселона насърчава посещенията извън пиковия сезон, разнообразява туристическите атракции и ограничава броя на посетителите на ключови обекти като парк Гюел и Саграда Фамилия. Чрез тези действия градът се стреми да запази социалния баланс, да намали напрежението между местните жители и туристите и да съчетае икономическите ползи от туризма с устойчивото развитие на града.

Амстердам (Нидерландия) развива комплексен модел за управление на свръхтуризма. Ограничен е достъпът на туристически автобуси до центъра, а велосипедният и общественият транспорт се насърчават като алтернативи. Въведени са строги правила за краткосрочни наеми чрез платформи като Airbnb, за да се предпази жилищният пазар и да се намали социалният натиск върху местните общности. През 2021 г. общинският съвет прие наредба, която ограничи броя на нощувките на туристите в града до 20 милиона годишно. Освен това, градът активно популяризира по-малко известни атракции, за да преразпредели туристическия поток (Responsible Travel, 2022).

Тези стратегии носят многопластови ефекти. На екологично ниво се намалява натискът върху инфраструктурата и околната среда. На социално ниво се подобрява качеството на живот на местните жители и се укрепва социалната кохезия. На

икономическо ниво свръхтуризмът се трансформира в по-добре управляван поток, който разпределя ползите по-равномерно между различни райони и бизнеси.

Въпреки това управлението на свръхтуризма е сложен и често спорен процес, който изисква диалог между общинските власти, местните общности и туристическата индустрия. Някои мерки, като въвеждането на входни такси, предизвикват социални дебати и дори протести. В този смисъл, ефективното справяне със свръхтуризма зависи не само от регулации, но и от култура на сътрудничество и споделена отговорност.

Образованието и информираността са ключови фактори за промяна в поведението на туристите и местните жители, които често несъзнателно допринасят за натиск върху околната среда и културното наследство. Чрез целенасочени кампании дестинациите успяват да изградят култура на отговорно потребление и уважение към природните и социалните ресурси.

Швейцария е пример за държава, която систематично интегрира устойчивостта в своите комуникационни стратегии. Чрез инициативата „Swisstainable“ туристите се насърчават да избират екологичен транспорт, устойчиви хотели и локални продукти. Кампаниите включват ясни и достъпни послания за намаляване на отпадъците, опазване на биоразнообразието и подкрепа на местните общности (Switzerland Tourism, 2021).

Еталон за образователни политики в планинския туризъм са програмите на Германския алпийски съюз DAV (Deutscher Alpenverein, б.г.) и Австрийския алпийски съюз ÖAV (Österreichischer Alpenverein, б.г.). Те прилагат концепцията за „Образование за устойчиво развитие“ BNE (BNE-Portal, б.г.), реализирана чрез инициативи като кампанията „Respektiere deine Grenzen“. Тези организации успешно трансформират хижите и туристическите пътеки в платформи за обучение, където чрез информационни табели и практически указания се възпитава етично поведение и отговорност към екосистемите (по данни на Club Arc Alpin, б.г.) Подобни програми обучават посетителите как да минимизират въздействието си при планински преходи, да използват рециклируеми материали и да спазват етични правила при контакт с природата. Това не само предпазва екосистемите, но и създава ново поколение туристи с по-високо ниво на екологично съзнание.

Тези инициативи имат трайни ефекти върху устойчивостта. На екологично ниво се ограничава замърсяването и се съхраняват уязвими екосистеми. На социално ниво се изгражда култура на отговорно поведение и сътрудничество между туристи и местни

общности. На икономическо ниво устойчивите кампании стимулират интереса към локални продукти и услуги, които носят директни ползи за местното население.

Въпреки успехите предизвикателство остава дългосрочното поддържане на интереса и ефективността на кампаниите, особено в условията на „пренасищане с информация“. Затова е важно те да бъдат адаптивни, иновативни и да използват съвременни канали като социални мрежи и мобилни приложения.

Един от най-наболелите проблеми в туризма е **генерирането на големи количества отпадъци**, особено в популярни дестинации с висока сезонност. Ключов елемент от екологичната отговорност е и стриктното **управление на отпадъците и тяхната повторна употреба**, като дестинациите все по-често преминават към модели на кръгова икономика и стратегии за „нулеви отпадъци“ (*Zero Waste*).

Санторини (Гърция) е пример за дестинация, изправена пред екологични предизвикателства заради огромния туристически натиск. Островът въвежда инициативи за нулеви отпадъци (Municipality of Thira, б.г.), включително ограничаване на пластмасовите изделия за еднократна употреба и повторна употреба на материали в туристическата инфраструктура. Това намалява екологичния отпечатък и допринася за запазване на природните ресурси (Нулеви отпадъци България, б.г.).

Любляна (Словения) се откроява като лидер в управлението на отпадъците и устойчивия туризъм. През 2016 г. градът е обявен за „Зелена столица на Европа“ благодарение на интегрираната си система за разделно събиране и рециклиране на отпадъци, която обхваща над 60% от генерираните количества (European Commission, 2016). Освен това, Любляна насърчава хотелите и туристическите бизнеси да получават сертификати като „Зелен ключ“ и „Зелена Словения“, които стимулират въвеждането на екологични практики. Словения продължава да инвестира в устойчиво развитие на туризма, като за 2025 г. са планирани законодателни промени в туризма, инвестиционни стимули и устойчиво развитие (Slovenian Tourist Board, б.г.). През 2024 г. е приключил публичен конкурс за съфинансиране на качеството на местата за настаняване на стойност 15 млн. евро. Планира се нов конкурс за проекти за устойчив туризъм, придружен от инициативи по Европейския дневен ред за балансиране на зелените инвестиции в туризма. Очаква се финализиране на създаването на Национален туристически информационен център (Ljubljana Tourism, б.г.).

Възприемането на тези модели има осезаеми резултати. На екологично ниво намалява замърсяването и се удължава жизненият цикъл на материалите. На социално ниво инициативите засилват общественото участие и повишават гордостта на местните жители към своята дестинация. На икономическо ниво кръговата икономика създава нови работни места и намалява разходите за управление на отпадъците. Предизвикателствата тук включват високата цена за изграждане на инфраструктура и необходимостта от постоянен контрол и мотивация на туристите и бизнеса. Въпреки това практиките на Санторини и Любляна ясно показват, че устойчивото управление на отпадъците е възможно и постижимо, когато има стратегическа визия и силна подкрепа от институциите и обществото.

Разгледаните примери ясно показват, че отговорният туризъм не е абстрактна концепция, а практическа рамка, която може да бъде успешно приложена в различни европейски дестинации. Сертификационните системи и екологичните маркировки установяват стандарти и насърчават както бизнеса, така и туристите към по-екологично поведение. Инициативите за енергийна ефективност в хотелиерството демонстрират как технологиите и корпоративните стратегии могат да доведат до намаляване на въглеродния отпечатък и оптимизиране на ресурсите. Политиките за нисковъглероден транспорт, като тези в Австрия и Норвегия, и стратегиите за справяне със свръхтуризма, приложени във Венеция, Барселона и Амстердам, подчертават важността на интегрираното управление на дестинациите за гарантиране на социална и екологична устойчивост. Образователните кампании в Швейцария и Алпийските региони утвърждават култура на съзнателно и отговорно поведение, докато практиките за управление на отпадъците и кръговата икономика, успешно приложени в Санторини и Любляна, показват, че дългосрочната устойчивост изисква съчетание от институционални политики и активно участие на обществото.

Събирателният анализ на тези практики доказва, че устойчивостта на туристическите дестинации може да бъде постигната чрез комбинация от стратегическо планиране, иновативни решения и активно ангажиране на всички заинтересовани страни. В същото време, примерите разкриват и редица предизвикателства – от високите инвестиции в инфраструктура и необходимостта от постоянен мониторинг, до социалните конфликти, произтичащи от свръхтуризма. Въпреки това добрите практики показват, че пътят към устойчив туризъм е възможен и че чрез прилагането на адаптивни модели Европа се утвърждава като лидер в този процес. Така те не само служат като

вдъхновение за други региони, но и очертават посоката към интегрирането на целите на устойчивото развитие в туристическата индустрия. Анализът на тези специфични направления и добри практики в Европа доказва, че устойчивостта не е сбор от изолирани екологични или социални инициативи, а резултат от синхронизирано взаимодействие между всички елементи на туристическата система. Интегрирането на сертифицирането, ресурсната ефективност и социалния баланс в единна рамка поставя на преден план въпроса за начина, по който територията се организира и ръководи. Това логически насочва изследването към разглеждането на **дестинацията като обект на устойчиво управление**, където фокусът се измества от отделните практики към изграждането на цялостни управленски структури и механизми за координирано развитие.

1.4. Дестинацията като обект на устойчиво управление

За да бъде анализирано въздействието на отговорния туризъм, е необходимо първо да се прецизира **обхватът на понятието „дестинация“**. Някои автори разглеждат дестинацията не като просто географска точка, а като специфично място, което се различава от обичайната среда на туриста и може да варира по мащаб – от отделен курорт до цяла държава.

Критичното значение на измерването нараства в дестинации със силна зависимост от туризма (висок дял в БВП). В тази категория попадат държави като Хърватия, чийто пример и модела „слънце и море“ показват, че основното предизвикателство пред устойчивостта в такива региони е времевата и пространствена концентрация (сезонността), която подлага на изпитание капацитета на ресурсите в пиковите месеци. Идеалният модел на развитие, както посочва Станфорд (Burrai и съавт., 2019), трябва да осигурява тристранна полза: по-добро преживяване за гостите, устойчиви бизнес възможности и повишено качество на живот за местната общност.

Съвременните изследвания в Европейския съюз разглеждат туризма не просто като икономически отрасъл, а като ключов фактор за конвергенция и икономически растеж (Haller и съавт., 2021). В този смисъл, устойчивостта на дестинацията престава да бъде тясно професионално понятие и се превръща в централен елемент от стратегическото териториално планиране (Rasoolimanesh и съавт., 2020).

Важен принос в литературата е разбирането, че ниската степен на икономическо и социално развитие на местните общности е фундаментална пречка пред устойчивостта. Общностите не трябва да бъдат само „домакини“, а активни участници и преки бенефициенти от туристическата дейност. Тук се появява и критичният дебат за противопоставянето между „масов“ и „алтернативен“ (зелен) туризъм. В научната литература често се прокарва тезата, че алтернативният туризъм е по подразбиране устойчив, тъй като минимизира промените в околната среда, докато масовият туризъм се възприема като деструктивен (Butler, 1999).

Критичният анализ обаче показва, че развитието в малък мащаб не винаги гарантира липса на негативни въздействия – те са практически неизбежни при всяка човешка дейност. Следователно, фокусът трябва да се измести от мащаба към управлението на въздействията. Екологичните проблеми не следва да имат автоматично предимство пред социалните и икономическите аспекти, а устойчивостта е функция на техния баланс. Връзките между туристическата индустрия и социално-природната среда са взаимни и циклични, а не еднопосочни.

Измерването на устойчивостта на териториално ниво изисква специфичен подбор на данни. Примери от практиката в Югоизточна Европа (напр. Румъния) показват, че изследователите често прибягват до използването на вторични статистически данни от национални институти, Световната банка и Евростат (Mitrică и съавт., 2021).

Въпреки усилията на организации като ООН (UNCSD, 2001), ОИСР (Организацията за икономическо сътрудничество и развитие)(OECD, 2002) и UNEP (Програма на ООН за околната среда), в научните среди се налага консенсусът, че универсален списък с показатели не съществува (Fernández & Rivero, 2009). Това се дължи на местната специфика на всяка дестинация. Световната организация по туризъм (UNWTO) изрично насърчава разработването на гъвкави методологии, които отразяват уникалните характеристики на територията.

Критичен момент в методологията е преходът от чисто туристически към многосекторни показатели. Ресурсите на дестинацията не са само екологичен въпрос, те са човешки и управленски проблем. Следователно, устойчивият туризъм трябва да се измерва не само чрез броя „зелени“ легла, а чрез способността на сектора да си сътрудничи с други отрасли в региона, създавайки обща устойчива екосистема.

Един от най-съществените въпроси пред изследователите е: Кои показатели имат най-голяма тежест при вземането на решения? Прилагането на методи за **многокритериално вземане на решения**, като например метода PIPRECIA (Pivot Reciprocal Criteria Importance Assessment), позволява на мениджърите да класират групите показатели по важност. Този метод се базира на последователно сравнение на относителната значимост на всеки критерий спрямо предходния, което позволява прецизно определяне на техните тегла чрез субективни експертни оценки.

Интересен научен резултат (Janošik и съавт., 2023) показва, че според лицата, вземащи решения, удовлетвореността на туристите и културните показатели често имат по-висока субективна значимост от традиционните икономически показатели. Това потвърждава тезата, че икономическият растеж не е самоцел, а средство за постигане на устойчивост чрез качество на преживяването и съхранена идентичност. Хибридните модели, комбиниращи социални, икономически, екологични и технически фактори, се утвърждават като най-надеждния метод за измерване на напредъка към Целите за устойчиво развитие (SDG)(Jammu Tawi, Jammu & Kashmir, India и съавт., 2021).

1.5. Теоретични подходи за измерване на устойчивостта

Измерването на устойчивостта на една туристическа дестинация е предизвикателство, произтичащо от многоизмерния характер на самия туристически продукт. В съвременната икономическа литература се налага разбирането, че оценката на успеха на дестинацията не може да бъде ограничена единствено до фискални параметри. Фундаментът на този аналитичен преход се корени в **концепцията за „Тройното дъно**“ (Triple Bottom Line – TBL), популяризирана от Джон Елкингтън (1998).

TBL представлява съществена промяна в отчетността, която изисква от организациите и дестинациите да преминат отвъд традиционните финансови отчети. Тя постулира, че дългосрочната жизнеспособност зависи от баланса между три стълба: икономически просперитет, социална справедливост и екологично качество (Elkington, 1999). В контекста на отговорния туризъм, TBL не е просто счетоводен инструмент, а стратегическа рамка, която позволява на дестинациите да идентифицират взаимодействията (trade-offs) между различните аспекти на развитието.

Анализирайки развитието на концепцията, Маршал и Тофел (2005) предлагат йерархичен подход, при който **елементите на TBL могат да се припокриват**. В туризма това е особено видимо чрез понятия като:

- Екоефективност: оптимизиране на ресурсите за постигане на икономически растеж при минимален отпечатък върху природата;
- Справедлива търговия в туризма: гарантиране на икономически ползи за местните общности при спазване на социалните норми;
- Екологична справедливост: осигуряване на равен достъп до природни ресурси и тяхното опазване за бъдещите поколения.

Въпреки своята популярност прилагането на TBL модела в управлението на дестинациите среща редица методологически трудности, които изискват **критичен преглед на измеренията на TBL.**

Икономическото измерение се счита за най-лесно измеримо, тъй като използва утвърдени количествени показатели като брой нощувки, приходи от настаняване и RevPAR (Revenue Per Available Room). Тези данни обаче често са подвеждащи, ако се разглеждат изолирано. Според McCool и колектив (2001) традиционният фокус върху обема на посетителите често се разминава с реалната устойчивост, тъй като не отчита икономическото „изтичане“ (leakage) на капитали извън дестинацията.

Социалното измерение (социалният капитал) е значително по-комплексно за операционализиране. То обхваща човешкия капитал и мрежите от доверие и сътрудничество. В туризма това включва качеството на живот на местното население и удовлетвореността на заетите в сектора. Изследванията на Miller, Buys и Summerville (2007) подчертават, че социално съзнателните организации трябва да измерват не само прекия си принос, но и въздействието си върху благосъстоянието на общността. Основният критичен момент тук е субективният характер на тези показатели – доверието и удовлетвореността трудно се поддават на стандартизирано количествено измерване.

Екологичното измерение (природният капитал) се фокусира върху управлението на ресурсите. Индикаторите тук, предложени от Global Reporting Initiative (GRI), включват потребление на енергия, вода и управление на отпадъците. Проблемът при тях е териториалният обхват – често е трудно да се изолира точно каква част от екологичния

отпечатък в една дестинация е следствие директно от туризма и каква част е от други икономически дейности.

Критичният анализ на литературата разкрива три **фундаментални проблема пред TBL и индикаторните системи**:

1. **Липса на обща мерна единица**: Икономическите резултати са в парични единици, екологичните – във физически (CO_2, литри), а социалните – в субективни скали. Това прави „сумирането“ на общата устойчивост практически невъзможно.

2. **Акцент върху негативите**: някои учени твърдят, че TBL се фокусира върху „намаляване на вредите“, вместо върху създаване на положителни социални и екологични стойности.

3. **Контекстуална зависимост**: Показателите за масов морски туризъм са неприложими за малък селски район. Както отбелязва СТО (2004), е необходимо адаптиране на показателите спрямо размера на организацията и типа на дестинацията.

Съвременният прочит на устойчивостта изисква **надграждане на класическия три-стълбов модел (TBL) с нови измерения**:

- **Политическо-институционално измерение**: Този аспект легитимира резултатите от изследванията в контекста на публичните политики (Coelho, 2017). Без ангажираност на публичната власт и местните лидери, показателите остават чисто теоретични.

- **Туристическо-институционално измерение**: Включва специфични параметри като капацитет на приемане, удовлетвореност на туристите и регистрация на посещенията (Hanai, 2009).

- **Технологично измерение**: Макар и по-рядко споменавано в литературата, то става критично за измерване на ресурсната ефективност чрез иновации и екологични технологии (Luchiari, 2002).

В процеса на измерване на устойчивостта е от съществено значение да се прави **разлика между конвенционални и комплексни показатели**. Конвенционалните показатели, базирани на стандартизирани количествени данни, са полезни за общи описания на национално ниво, но често се оказват недостатъчни за детайлен анализ на дестинацията.

Критичен момент в академичната дискусия е рискът от „числово опростяване“ на реалността. Олафсдотир (2021) предупреждава, че превръщането на комплексни социални процеси в сухи числа може да доведе до непълни или дори погрешни интерпретации. Затова в настоящото изследване се възприема подходът на UNWTO (2005) за комбиниране на количествени и качествени методи. Качествените показатели позволяват по-дълбоко тълкуване на социалното измерение, което често бива пренебрегвано поради изискването за повече време и ресурси за анализ (Hanai, 2009).

В заключение на първа глава можем да обобщим, че отговорният туризъм представлява динамичен процес на поемане на лична и споделена отговорност за превръщането на дестинациите в по-добри места за живеене и посещение. Теоретичният анализ показа, че макар устойчивостта да е глобална цел, нейното постигане зависи от специфични управленски практики и съгласуваност между интересите на всички заинтересовани страни. Анализираните добри практики доказват, че лидерството в тази сфера се постига чрез комбинация от стратегическа визия и иновативни решения, адаптирани към местния контекст.

Въпреки ясно дефинираните теоретични рамки обаче, основното предизвикателство остава в областта на тяхното практическо прилагане и обективно измерване. Изводът, че отговорният туризъм изисква активно управление, поставя въпроса за необходимостта от прецизни инструменти за мониторинг и оценка на неговото въздействие.

Това логически насочва вниманието ни към **Втора глава**, където фокусът ще бъде изместен от теорията към **методологическите аспекти на измерването на устойчивостта**. В нея ще бъде направен сравнителен анализ на международните индикаторни системи и ще бъдат представени математическите подходи и изследователския инструментариум, чрез които ще се анализира нормативната и стратегическа рамка на общините в район „Рила-Пирин“. Преходът от концептуално към методологическо равнище е необходимата стъпка за превръщането на теоретичните принципи в измерими управленски резултати.

II. ВТОРА ГЛАВА: Методологически аспекти на измерването на устойчивостта в туристическата дестинация

Измерването на устойчивостта в туризма е едно от най-големите предизвикателства пред научната и практическата общност, тъй като концепцията включва комплексни екологични, социални, икономически и институционални измерения. Още през 90-те години на XX век Световната туристическа организация формулира необходимостта от разработване на индикатори, които да подпомогнат дестинациите в мониторинга на туристическото въздействие и насочването му в устойчива посока. Впоследствие Butler (Nelson и съавт., б.д.) подчертава, че без наличието на подобни количествени и качествени показатели, използването на понятието „устойчивост“ остава лишено от практическо съдържание.

През последните десетилетия усилията за изграждане на сравними системи от показатели се засилват значително. Особено значим принос в европейски контекст има **Европейската система от показатели за туризма (ETIS)**, създадена от Европейската комисия през 2014 г. и актуализирана през 2016 г. Тя е специално проектирана като инструмент за управление на местно ниво, който декомпозира комплексността на дестинацията в четири ключови панела: управление, икономически ефекти, социално-културни въздействия и влияние върху околната среда. Гъвкавостта на ETIS, включваща 27 основни и 40 допълнителни показателя, позволява на дестинациите да адаптират мониторинга спрямо своя специфичен капацитет и приоритети.

В глобален мащаб устойчивият туризъм се позиционира в рамките на **Целите за устойчиво развитие (SDGs) на ООН** от 2015 г. Свързването на локалните показатели със SDGs, както показва практиката в региони като Алгарве, Португалия (Durst и съавт., 2022), позволява по-точна оценка на териториалните предизвикателства и превръща управлението чрез показатели в платформа за сътрудничество и споделена отговорност (Pérez и съавт., 2017).

Съвременният етап на отчетност се трансформира под влияние на новите ESG стандарти (екологични, социални и управленски), въведени с **Директива (ЕС) 2022/2464 (CSRD)**. Тези регулации налагат нова дисциплина, при която бизнесът и дестинациите трябва да доказват своя реален отпечатък – от въглеродните емисии до социалната интеграция. Подобна трансформация се наблюдава и в практиката на водещи брандове и обекти (напр. КК „Албена“ - УСТОЙЧИВА АЛБЕНА: ESG КОДЕКС ЗА ОТГОВОРНО

БЪДЕЩЕ (Албена АД, 2023), Hilton (Hilton, 2025), където измерването на ресурсното потребление и емисиите вече е не само формална отчетност, а инструмент за повишаване на конкурентоспособността.

Втора глава на дисертационния труд е насочена към изграждането на стабилна изследователска архитектура, която да позволи обективното измерване на устойчивостта в специфичния контекст на туристическата дестинация. Първоначалният фокус е поставен върху **сравнителен анализ на международните индикаторни системи**, проследявайки еволюцията на метриките от концепцията за „Тройното дъно“ до интелигентните модели за управление. В логическа последователност се представят **математическите подходи и аналитични методи** (като метода PIPRECIA), необходими за точното определяне на туристическото въздействие.

Централно място в главата заема **авторската методика на изследването**, базирана на дизайна на „смесените методи“, което гарантира дълбочина и представителност на анализа. Методологическата рамка се допълва от **детайлен преглед на нормативната уредба и стратегическото планиране** на общините в район Рила-Пирин. Чрез диференцираното разглеждане на „Ядрото“, „Буферната зона“ и „Периферията“, главата осигурява необходимата фактологична база, превръщайки абстрактните теоретични принципи в количествено измерима и управляема управленска реалност. Чрез този методологичен преглед ще превърнем абстрактната идея за отговорен туризъм в количествено измерима и управляема реалност, специфична за българския планински контекст.

2.1. Сравнителен анализ на международните индикаторни системи

В съвременната научна литература и международна практика измерването на устойчивостта се концентрира около четири фундаментални рамки, които дефинират съвременните стандарти в сектора. Настоящото изследване подлага на сравнителен анализ насоките на Глобалния съвет за устойчив туризъм (GSTC), Европейската система (ETIS), Международната мрежа от обсерватории (INSTO) и модела за интелигентни дестинации (DTI-Spain). Тези системи представляват еволюцията на индикаторния подход — от чисто статистическо отчитане към цялостно управление на дестинациите. Тяхното разбиране е от съществено значение за изграждането на ефективна методология за района „Рила-Пирин“ за целите на настоящия научен труд. Сравнението между тях разкрива различни нива на оперативност и стратегически фокус, обобщени в следващата

аналитична таблица (Табл. 2), след която ще разгледаме детайлно спецификите на всяка система.

Таблица 2: Сравнение на основните индикаторни системи

Система	Ключов фокус	Управленски подход
GSTC (Глобален съвет)	Универсални принципи и сертификация.	Стриктни прагове и сертифициране на индустрията.
INSTO (UNWTO)	Мрежа от обсерватории за постоянен мониторинг.	Висока гъвкавост и адаптация към местните нужди.
ETIS (Европа)	Сравнение и бенчмаркинг в рамките на ЕС.	Доброволен инструмент, ориентиран към процеса.
DTI-Spain (Испания)	Интелигентни дестинации (иновации и технологии).	Холистичен модел с 5 стълба, включително достъпност.

Източник: Авторова разработка

Глобалният съвет за устойчив туризъм (GSTC) се утвърждава като „златен стандарт“ за устойчивост, осигуряващ универсални принципи, които са приложими в световен мащаб. Рамката е резултат от дългогодишни консултации и консолидация на експертни знания (2007–2016 г.) като днес е тясно интегрирана със сертифициращата общност ISEAL. Критериите са разделени на две основни направления: за индустрията (хотели и туроператори) и за управление на дестинациите (GSTC-D, V2.0 от 2019 г.).Системата за управление на дестинации (GSTC-D, V2.0) разчита на 38 индикатора, които поставят акцент не само върху икономиката и екологията, но и върху критични глобални въпроси като климатичните промени, социалното приобщаване и справедливите трудови практики.

Критерии на GSTC: Тяхната специфика е силната обвързаност с Целите за устойчиво развитие на ООН (SDG). GSTC се фокусира върху четири основни цели, включително максимизиране на социалните ползи за общността и облекчаване на бедността (GSTC, 2013):

- да демонстрират устойчиво управление на дестинациите;
- да максимизират социалните и икономическите ползи за приемащата общност и да минимизират отрицателните въздействия;
- да максимизират ползите за общностите, посетителите и културното наследство и да минимизират въздействията и
- да се максимизират ползите за околната среда и да се минимизират отрицателните въздействия (GSTC, 2013б).

Международната мрежа от обсерватории INSTO, ръководена от ООН Туризъм, се отличава със своя оперативен характер. Чрез мрежа от над 40 обсерватории в света, тя насърчава редовния анализ на въздействията в 11 ключови области. За разлика от по-статичните модели, INSTO предлага висока степен на гъвкавост, позволявайки на дестинациите да адаптират показателите спрямо своите локални специфики, превръщайки събраните данни в основа за реални политики.

Разработена от Европейската комисия през 2013 г. (с актуализация през 2016 г.), **Европейска система от показатели за туризма (European Tourism Indicator System - ETIS)** е проектирана като доброволен, но структуриран механизъм за управление. Системата успешно декомпозира устойчивостта в 43 основни показателя, разделени в четири панела: управление, икономическа стойност, социално-културно въздействие и екология. Предимството на ETIS е в нейната достъпност и способността ѝ да стандартизира процесите на мониторинг, без да създава излишна административна тежест за местните власти. Важен елемент в настоящия анализ е позоваването на Европейската система за показатели за туризма (ETIS). Въпреки че тя е създадена от Европейската комисия с цел да информира политиките чрез доказателства, критиците посочват сериозни пропуски. Font и колектив (2023) твърдят, че очакванията показателите автоматично да трансформират дестинациите в по-конкурентоспособни са били нереалистични. Основният проблем е, че показателите често се възприемат като административна тежест, а не като стратегически инструмент за управление от страна на Организацията за управление на дестинацията (DMO).

Предизвикателства при внедряването на ETIS – урокът от Полша

Развитието на устойчивия туризъм не е статично състояние, а постоянен процес, изискващ прецизно планиране и оценка (Alejziak & Alejziak, 2016). Опитът от Полша (Niezgoda, 2023) показва, че въпреки универсалния характер на системата ETIS, нейното

реално приложение в държави от Източна и Централна Европа среща сериозни пречки, свързани с наличието на данни и грешките при измерването (Pavlinović Mršić & Čale, 2020).

Критичен извод от тези изследвания, който може да се направи е, че преходът от екологично-центрирани показатели към всеобхватната рамка на ETIS изисква внимателен анализ на разходите за събиране на информация. Системата от 43 индикатора на Европейската комисия се счита за тествана и приложима, но тя е ефективна само тогава, когато осигурява „диагноза“ на ситуацията в пространствен контекст, позволявайки на мениджърите да предвиждат нуждите от промяна в политиката (Stojanović, 2011).

Испанският **модел за интелигентни туристически дестинации (DTI-Spain)**, насърчаван от SEGITTUR, представлява особен интерес за настоящата дисертация. Той надгражда традиционното разбиране за устойчивост, като я свързва органично с иновациите, технологиите и универсалната достъпност. DTI-Spain е структуриран около пет стратегически стълба – управление, иновации, технологии, достъпност и устойчивост, и изисква покриване на поне 80% от критериите за получаване на престижното отличие. Секторът на устойчивостта е пряко обвързан с Целите за устойчиво развитие (ЦУР) на ООН. Този подход позволява на дестинациите не просто да „опазват“ ресурсите си по пасивен начин, а да ги управляват интелигентно чрез дигитализация и данни в реално време.

Въпреки че четирите предложения се сближават към единен методологически консенсус, техният сравнителен преглед позволява да се направи важно **обобщение на бариерите пред практическото им приложение**, тъй като те разкриват значителни разлики в своя всеобхватен дизайн. Докато рамките INSTO и ETIS предоставят по-голяма свобода на местните заинтересовани страни да участват в дефинирането на показателите – фактор, считан за решаващ според съвременната литература – моделите DTI и GSTC въвеждат по-строги механизми за обратна връзка и сертифициране. **Общото предизвикателство пред всички системи** обаче остава „информационната празнина“ на местно ниво. За ефективното прилагане на който и да е от тези модели е необходима засилена координация между Организациите за управление на дестинациите (DMO), бизнеса и местните общности, за да се гарантира, че данните водят до реална трансформация по пътя на устойчивото развитие. Моделът DTI-Spain е най-комплексен, тъй като свързва устойчивостта с дигитализацията и универсалната

достъпност – аспекти, които стават все по-релевантни за съвременния турист в района „Рила-Пирин“.

Въпреки всичко, остава сериозна празнина между дефинирането на показателите и тяхното реално използване за вземане на управленски решения. **Основните предизвикателства са**:

- **Липса на данни на местно ниво**: Повечето системи изискват информация, която националната статистика не събира за малки териториални единици;
- **Слаби Организации за управление на дестинациите (DMO)**: Без силни регионални структури мониторингът се превръща в еднократен акт, а не в непрекъснат процес;
- **Сложност на тълкуването**: Разнообразието от предложения често води до объркване сред мениджърите коя система е най-подходяща за техния случай.

Най-новото развитие в глобален мащаб е приемането на **Статистическата рамка за измерване на устойчивия туризъм (SF-MST)** (World Tourism Organization [UN Tourism], 2024) от ООН Туризъм (бивша UNWTO) през март 2024 г. Тя беше официално призната от всички 193 държави членки на ООН като нов международен стандарт, който има за цел да надхвърли ограниченията на БВП като единствен измерител на успеха.

SF-MST е замислена като „невидима платформа“, която обединява икономическите, екологичните и социалните данни в съгласувана система, базирана на счетоводния подход към капиталите (икономически, човешки, социален и природен). Тя е третият голям международен стандарт след Сателитните сметки за туризма (Tourism Satellite Account – TSA) и се подкрепя от ключови институции като Евростат, ОИСР (Организация за икономическо сътрудничество и развитие) и МОТ (Международна организация на труда).

Въпреки че е определена като „исторически крайъгълен камък“, рамката SF-MST среща сериозна научна критика, особено от водещи изследователи като Лари Дуайър (2024). Основният аргумент е, че рамката, макар и статистически издържана, остава „ново вино в стара бутилка“.

Критичният анализ на Дуайър разкрива няколко незадоволителни аспекта:

- Пренебрегване на субективното благосъстояние: SF-MST се фокусира върху обективни потоци от доходи и ресурси, но не успява да включи адекватно реалните въздействия върху качеството на живот на жителите.

- Липса на показатели за баланс: Рамката пропуска важни елементи като баланса между работата и личния живот на заетите в сектора, гражданската ангажираност и сигурността на общността – фактори, които са централни в рамки като „Индекс за по-добър живот“ на ОИСР.

- Опасност от подвеждащо управление: Дуайър твърди, че без показатели за действителното благосъстояние на местното население, SF-MST може да бъде подвеждащ инструмент за политиците, тъй като икономическият „капитал“ може да расте, докато социалното здраве на дестинацията деградира.

Общото предизвикателство пред всички системи остава „информационната празнина“ на местно ниво. За ефективното прилагане на който и да е от тези модели е необходима засилена координация между Организациите за управление на дестинациите (DMO), бизнеса и местните общности, за да се гарантира, че данните водят до реална трансформация по пътя на устойчивото развитие. Моделът DTI-Spain е най-комплексен, тъй като свързва устойчивостта с дигитализацията и универсалната достъпност – аспекти, които стават все по-релевантни за съвременния турист в района „Рила-Пирин“.

Въз основа на извършения мащабен преглед на международните, европейските и регионалните системи за показатели, можем да обобщим, че научната общност е постигнала консенсус относно тристълбовата структура на устойчивостта (икономика, общество, природа), но остава дълбоко разделена по отношение на методите за тяхното практическо интегриране.

2.2. Аналитични модели, математически подходи и методи за определяне на въздействието

Освен утвърдените системи, Европейската агенция за околната среда (EAOC) въвежда механизма TOUREM, който използва **аналитичната рамка DPSIR** (Driver-Pressure-State-Impact-Response framework, developed by the European Environment Agency (EEA) in 1999). Този модел е изключително полезен за дисертационното изследване, тъй като

позволява да се проследят причинно-следствените връзки между икономическата активност (туризма) и промените в състоянието на околната среда и обществото.

Въпреки наличието на развити методологии, **измерването на устойчивостта** в реални условия (напр. случая Пасикуда, Шри Ланка) **среща системни бариери**, които авторите Sariskumar и Bhavan (2018) обобщават като:

- **Методологическо объркване**: Постоянно нарастващият брой показатели без единна скала за измерване дезориентира органите за управление (DMO);
- **Информационен дефицит**: Липса на достъпни вторични данни и висока цена за събиране на първични данни;
- **Субективност**: Пристрастност при избора и претеглянето на показателите, което прави сравнението между дестинациите ненадеждно;
- **Липса на сътрудничество**: Трудности при установяване на диалог между заинтересованите страни, което води до липса на приемственост в мониторинга.

В заключение, прегледът на литературата показва, че измерването на устойчивостта престава да бъде опция и се превръща в императив за оцеляването на дестинациите в условия на „прекомерен туризъм“ (overtourism).

За да се преодолее субективността при избора на показатели, съвременните дисертационни трудове и студии често използват **Основния компонентен анализ (Principal Component Analysis - PCA)**. Този математически подход позволява от голям набор статистически данни (например 10–12 показателя) да се извлекат онези фактори, които имат най-голяма тежест за устойчивостта на конкретната дестинация. Това помага за превръщането на теоретичните концепции в количествено измерими индекси, които могат да служат за база при вземане на управленски решения.

Преходът от общи концепции към конкретни измерители изисква разбирането на туризма като мултидисциплинарен комплекс, чието планиране е ключово за икономическото развитие на територията (Gamage & Tajeddini, 2022). В научната литература се подчертава, че устойчивостта е постижима само при стриктен баланс между икономически ползи и качество на живот, без да се компрометират наличните ресурси (Nguyen и съавт., 2022).

Анализът на някои регионални изследвания (напр. региона Истрия в Хърватия (Brscic и съавт., 2021) и проучванията в Румъния (Burghelea и съавт., 2016)) разкрива

голямо разнообразие в избора на показатели, което потвърждава сложността на туристическите системи. За целите на настоящата дисертация и въз основа на критичния преглед, **показателите се систематизират в три основни стълба**, допълнени от водещ индикатор за туристическото развитие.

А. Социални показатели (отвъд демографията)

Социалният стълб често се счита за най-труден за количествено определяне. Изследователите предлагат широк спектър от променливи, които надхвърлят простото броене на населението. Ключови показатели тук са:

- Демографска динамика: Постоянен брой жители (PERMRES), естествен прираст (POPINC) и миграционен баланс (MIGBAL). Тези данни индикират дали туризмът помага за задържането на младите хора в дестинацията.
- Човешки капитал и образование: Структура на икономически активното население според образователната степен (от основно до висше) и брой студенти (STU). Това показва капацитета на дестинацията да предоставя висококачествени услуги.
- Социална стабилност: Брой престъпления (CRIM) и показатели за здравеопазване (неработоспособност). Устойчивата дестинация трябва да гарантира безопасност и социално благополучие както за туристите, така и за местните(Rogers, 2003).

Б. Икономически показатели (двигатели на растежа)

Икономическите фактори традиционно доминират в изследванията, тъй като са пряко свързани с благосъстоянието. Критичният акцент тук пада върху:

- Макроикономически показатели: БВП на глава от населението и нива на безработица (РБР). Някои автори тук подчертават, че основната роля на туризма в държавните политики трябва да бъде именно намаляването на безработицата.
- Стандарт на живот: Средна месечна заплата (MONSAL) и специфично – заплатата в сектора на хотелиерството (TOURMOSA). Сравнението между тях разкрива дали туризмът предлага конкурентно заплащане спрямо другите сектори.
- Потребителско поведение: Нетни разходи за отдих, култура и туризъм (TOUR-EXP), които показват икономическата жизнеспособност на местния пазар.

В. Екологични показатели (ресурсна ефективност)

Екологичният стълб измерва цената, която природата плаща за икономическия растеж. Изследванията на Алола и Баз(Alola и съавт., 2019)(Baz и съавт., 2020) предупреждават за негативна корелация: всеки 1% ръст в туризма може да влоши екологичното качество с до 47%, ако не се управлява правилно. Ключовите измерители включват:

- Отпадъци и емисии: Количество битови отпадъци и отпадъчни води.
- Енергийна консумация: Потребление на газ, въглища и електроенергия.

Доган(Doğan и съавт., 2020) доказва, че преходът към възобновяема енергия е единственият път към дългосрочен икономически растеж без деградация на околната среда.

От класическата концепция за „Тройното дъно“ (TBL) на Елкингтън, през европейската система ETIS и интелигентните дестинации (DTI), до най-новата статистическа рамка на ООН (SF-MST), се наблюдава ясна тенденция към опити за количествено измерване на устойчивостта. Въпреки това субективните аспекти като културна автентичност, местно удовлетворение и благосъстояние на жителите остават най-предизвикателната част за измерване.

Въз основа на подробния преглед на международните системи за измерване на устойчивостта и отчитайки многоаспектния характер на българския туристически продукт, **за нуждите на настоящата дисертация се възприема хибриден модел от показатели**, базиран на трите основни стълба на устойчивостта (икономически, социално-културен и екологичен).

Изборът на изследователски обект – туристически район „Рила-Пирин“ – налага използването на гъвкава и широкообхватна система, тъй като районът съчетава специфични и често противоречиви форми на туризъм: от високоинтензивен ски туризъм и СПА, до нишови форми като културен, религиозен и екотуризъм.

Като базова рамка на изследването авторите възприемат системата от показатели ETIS (European Tourism Indicator System**).** Изборът на ETIS е продиктуван от нейната приложимост в европейския контекст и фокуса ѝ върху дестинацията като интегрирана единица. Системата позволява на района „Рила-Пирин“ да бъде анализиран не просто като сбор от легла, а като територия с общо управление. От инструментариума на ETIS се извеждат показатели за икономическа стойност и социално въздействие, които са пряко съпоставими с други европейски планински райони.

За да се осигури глобална релевантност на изследването, избраните показатели се пречупват през призмата на Целите за устойчиво развитие (ЦУР) на ООН. Това позволява на анализа да излезе извън тесните рамки на сектора и да оцени приноса на туризма към общата устойчивост на региона (напр. по отношение на съхранението на водните ресурси и опазването на биоразнообразието в националните паркове „Рила“ и „Пирин“).

Многокомпонентна методология на изследването

За преодоляване на споменатите в литературата бариери относно „празнините в данните“, настоящото изследване прилага тристранен подход за събиране на информация:

- Вторични данни от общините в района: Анализ на общинските планове и стратегии за развитие и политиките за устойчивост за оценка на управленския капацитет.
- Анкетно проучване сред туристите: За измерване на качествени показатели като удовлетвореност, възприятие за автентичност и „отговорно поведение“ на потребителите.
- Проучване сред бизнеса: За оценка на икономическата жизнеспособност и готовността на частния сектор да инвестира в „зелени“ технологии и устойчиви практики.

Изведен набор от ключови показатели за район „Рила-Пирин“:

В съответствие с избраната рамка, изследването ще се фокусира върху следните индикатори, адаптирани за планинска дестинация:

- Икономически: Интензивност на туризма (нощувки спрямо местно население), дял на местните доставчици във веригата на доставки, сезонна заетост.
- Социално-културни: Удовлетвореност на местната общност, съхранение на културната автентичност, достъпност на средата.
- Екологични: Управление на отпадъците в защитените територии, потребление на енергия и вода от местата за настаняване, антропогенен натиск върху екосистемите.

Изборът на изследователски методи е определящ за достоверността на получените резултати при измерване на устойчивостта. Предвид комплексността на концепцията за отговорен туризъм, изследователите в областта на икономиката на

туризма използват широк спектър от инструменти, вариращи от строго количествени до дълбочинни качествени подходи. Това методологическо многообразие налага извършването на **критичен преглед на приложените изследователски дизайни** в научната литература, който да послужи като база за настоящата разработка. Анализът на съвременните проучвания показва, че повечето автори се насочват към дескриптивни и корелационни дизайни. В изследванията на устойчивостта често се прилагат методи за оценка на въздействието (Impact Assessment), които се опитват да изолират „туристическия ефект“ от общите социално-икономически процеси.

Автори като Blancas и съавт. (2016) подчертават, че количествените методи доминират, когато целта е сравнение между дестинации (benchmarking), докато качествените методи са незаменими при изследване на местните нагласи и социалната устойчивост. Критиката към чисто количествените модели се основава на факта, че те често не успяват да уловят субективните аспекти на „отговорността“ и етичното потребление (Ólafsdóttir, 2021).

Нека разгледаме някои **специфични методи за събиране на данни** като започнем с най-разпространените **количествени методи.**

1. **Анкетни проучвания и въпросници**: Това е най-разпространеният метод за събиране на данни от туристи и местни жители. Предимството му е в статистическата значимост и възможността за генерализиране на изводите за целия район Рила-Пирин. Основен недостатък, както отбелязва Dwyer(Dwyer, 2024), е „социалната желателност“ на отговорите – респондентите често декларират по-отговорно поведение, отколкото прилагат в действителност.

2. **Ликертова скала** (Likert Scale): Като ключов инструмент в анкетните карти, тя позволява количествено измерване на отношение и съгласие (обикновено от 1 до 5 или 7). Тя е незаменима за превръщане на субективни усещания (напр. „считате ли, че туризмът помага за опазване на традициите в Банско“) в изчислими променливи.

3. **Статистически анализ на вторични данни**: Този метод разчита на информация от НСИ, общински отчети и бази данни на национални паркове. Анализът на тенденциите в приходите, броя туристи и потреблението на ресурси (вода/енергия) дава „твърдата“ основа на изследването.

Друг вид специфичен метод за събиране на данни са **качествените методи:**

1. **Дълбочинни интервюта**: Провеждат се с „ключови информирани лица“ (експерти от общини, мениджъри на големи хотелски вериги, представители на НПО). Те позволяват разбиране на нюансите в управлението на дестинацията, които статистиката пропуска.

2. **Анализ на съдържанието** (Content Analysis): В дигиталната ера анализът на онлайн платформи и социални медии (напр. отзиви в TripAdvisor или Booking) се превръща в иновативен метод за измерване на възприятието за устойчивост на дестинацията.

В научната литература все по-силно се налага мнението, че **смесените методи (Mixed Methods) са най-силният подход за измерване на устойчивостта**. Чрез комбиниране на количествени данни (анкети) с качествени прозрения (интервюта), изследователите могат да валидират своите изводи. Например, ако статистиката показва ръст в приходите, качественото интервю може да разкрие дали тези приходи остават в общността или изтичат извън региона.

В контекста на туристически район „Рила-Пирин“, **настоящото изследване възприема дизайн със смесени методи (Mixed Methods Research).** Този избор е обоснован от следните стратегически съображения:

1. **Комплексност на изследователската цел**: Тъй като устойчивостта е многостранна, само един метод не би могъл да обхване едновременно икономическите ефекти и социалните възприятия.

2. **Вид на необходимите данни**: Изследването изисква както числови данни (за потребление на ресурси и туристически трафик), така и дълбочинни прозрения относно ефективността на общинските политики за отговорен туризъм.

3. **Операционализация на Ликертова скала**: За анкетното проучване сред туристите ще бъде използвана 5-степенна скала на Ликерт, която ще позволи прилагането на статистически методи за анализ (напр. факторен анализ или регресия) за определяне на връзката между „отговорното поведение“ и „устойчивостта на дестинацията“.

4. **Достъп до ресурси и времеви рамки**: С оглед на мащаба на района Рила-Пирин, комбинирането на вторични данни (достъпни чрез административните органи) с

целеви онлайн и теренни анкети е най-ефективният начин за постигане на представителност при оптимизиран бюджет.

Чрез този методологически микс, изследването цели да постигне холистично разбиране, което да послужи за разработване на конкретни препоръки към Организациите за управление на дестинациите в района.

2.3. Методика на изследването и изследователски инструментариум

Настоящият раздел описва методическия апарат, използван за емпиричното изследване на въздействието на отговорния туризъм върху устойчивостта на избрания туристически район. Изследването е проектирано като смесено (mixed methods), съчетаващо количествени методи (анкетиране и статистически анализ на вторични данни) с качествени елементи (анализ на общински стратегии).

Териториален обхват и институционална рамка на изследването: Район „Рила-Пирин“

Изследването е фокусирано върху един казус – туристически район „Рила-Пирин“, който включва 23 общини от територията на България. Изборът е обоснован от високата концентрация на разнообразни туристически ресурси и наличието на конфликтни зони между интензивното развитие на масовия туризъм (напр. ски туризъм) и опазването на околната среда (Националните паркове). Районът по основна специализация е определен за развитие на планински (всички видове – ски, пешеходен, рекреативен) и религиозен туризъм, а по разширена специализация – и за приключенски и екотуризъм, балнеотуризъм, SPA&Wellness, културно-исторически и фестивален туризъм, и винен туризъм и това му осигурява стратегическо място в Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в България. Посочените основна и разширена специализации на район Рила-Пирин не ограничават желанието на съответните общини, попадащи в района да развиват туризма в една или друга посока.

За целите на изследователския алгоритъм, **район „Рила-Пирин“ се сегментира въз основа на интензивността на туристическия поток и капацитета на легловата база**. Статистическият преглед на посещаемостта за 2023 г. (по данни от Национален статистически институт. Инфостат: Реализирани нощувки по общини за 2023 г.) показва сериозна диспропорция в тежестта на отделните общини:

Ядро на района (Висока интензивност):

Общини като Банско, Сандански и Самоков (вкл. к.к. Боровец) генерират над 75% от общите нощувки и приходи в района. *Данни за 2023 г.:* Само в Община Банско са реализирани над 1,133 млн. нощувки, в Община Самоков – около 447 хил., а в Община Сандански – над 330 хил. нощувки. Общо тези три общини концентрират икономическия гръбнак на дестинацията и са най-застрашени от негативните въздействия на прекомерния туризъм (overtourism) в пиковите месеци.

Буферна зона - развиващи се центрове (Средна интензивност):

Общини като Разлог, Сапарева баня и Благоевград, които успешно съчетават балнео, СПА и планински туризъм, показват устойчив темп на растеж. Средната годишна заетост на леглата в тези центрове варира около 28-30%, като в общини като Сапарева баня се наблюдава най-висок ръст на нови места за настаняване и приходи на годишна база. Тези дестинации служат като „буфери“, поемат туристопотока извън зимния сезон и балансират регионалната заетост.

Периферни (нишови) **общини** (Потенциал за отговорен туризъм):

Останалите общини (като Белица, Якоруда, Гърмен, Гоце Делчев и Хаджидимово), които разчитат на автентичен еко, селски и религиозен туризъм, заемат под 10% дял в статистиката за нощувките. Въпреки по-ниската си икономическа тежест, те са ключови за съхранението на културната идентичност и биоразнообразието на района, като представляват идеалното поле за прилагане на модели за „бавен“ (slow) и отговорен туризъм.

Времеви хоризонт на изследването: Настоящото проучване е проектирано като напречно (cross-sectional) – то предоставя „моментна снимка“ на нагласите на заинтересованите страни и състоянието на дестинацията в рамките на текущия туристически сезон (2024-2025 г.). Този обхват позволява да се уловят най-актуалните предизвикателства пред устойчивостта в периода на пост-пандемично възстановяване и дигитална трансформация на сектора.

Институционална готовност и стратегическо планиране: Анализът на политиките за устойчиво развитие на общинско ниво(Станоева, 2024) разкрива специфична

диференциация в управленския подход, която може да бъде обобщена в три основни категории:

Лидери със специализирани стратегии за устойчив туризъм: Общини като Банско, Благоевград и Гърмен разполагат със самостоятелни дългосрочни стратегии (до 2027 г.), които пряко адресират „оптималното използване на ресурсите“ и „повишаване качеството на човешкия капитал“. Тези дестинации са в най-зрял етап на планиране и активно прилагат ежегодни програми за развитие.

1. Общини с интегриран подход (ПИРО - План за интегрирано развитие на общината): По-голямата част от района (напр. Белица, Гоце Делчев, Долна баня, Дупница, Разлог) интегрира туристическите си цели в своите Планове за интегрирано развитие (ПИРО). Тук устойчивостта се разглежда като част от икономическото развитие и опазването на околната среда, често със специфичен фокус върху алтернативните форми на туризъм.
2. Екологично-ориентирани модели: Общини като Рила, Самоков и Якоруда поставят акцент върху пресечната точка между околната среда и туризма. Техните програми (напр. Програмата за опазване на околната среда на община Рила 2021-2028) дефинират съхраненото качество на природата като водеща предпоставка за здравословен отдих и развлечения.

Извършеният преглед на общинските политики позволява да се направят **следните ключови изводи**, които залягат в основата на изследователския алгоритъм:

- **Липса на унифицирана методология**: Въпреки общата визия на национално ниво, общините прилагат различни методи за мониторинг (или липса на такъв), което обосновава необходимостта от прилагане на единна система от показатели за целия район.
- **Фокус върху местната общност и култура**: В ПИРО на общини като Хаджидимово и Струмяни водещ мотив е подобряването на средата за живот на местното население като предпоставка за привличане на туристи – теза, която подкрепя нашата Хипотеза Н4.
- **Интелигентно развитие и иновации**: Залагането на мерки за енергийна ефективност (Якоруда) и дигитална промоция (Кресна) кореспондира с концепцията за „интелигентни дестинации“, разгледана в предходните глави.

В заключение, териториалното многообразие и различната степен на институционална ангажираност в района „Рила-Пирин“ го превръщат в представителен „жив лабораториум“ за изследване на въздействието на отговорния туризъм върху устойчивостта. Извършеният анализ на политиките в 23-те общини позволява извеждането на **няколко стратегически извода**:

- **Дефицит на специфично планиране**: Макар Плановете за интегрирано развитие на общините да са масов инструмент, липсата на специализирани туристически стратегии в 15 от 23-те общини е индикация за необходимост от по-фокусиран ресурс и методологическа помощ.
- **Роля на "добрите практики"**: Наличието на разгърнати стратегии в 4 общини служи като еталон за трансфер на ноу-хау към по-малките общини в района.
- **Необходимост от дигитална прозрачност**: Прогресът в дигитализацията и достъпът до електронна информация е критичен. В момента съществува сериозна празнина в електронната база данни на местно ниво, което възпрепятства обективния мониторинг по показателите на ETIS.

Тези изводи потвърждават необходимостта от настоящото изследване, което цели да предложи единна методологическа рамка за оценка. По този начин ще се подпомогне трансформацията на район „Рила-Пирин“ към по-отговорен модел, осигуряващ дългосрочни ползи за местните общности и природата.

За постигане на представителност се прилага случайна квотна извадка.

- **Целеви групи**: Пребиваващи туристи и представители на туристическия бизнес в района.
- **Квоти за бизнес сектора**: Определя се квота от 30% от общия брой регистрирани обекти за всяка от категориите:
  - Места за настаняване;
  - Туроператори и туристически агенти (ТО/ТА);
  - Заведения за хранене и развлечения.
- **Териториално разпределение**: Тези 30% се разпределят по общини спрямо тяхната туристическа значимост (измерена чрез статистика за капацитет на легловата база).

Основният инструмент е структуриран въпросник, разпространен изцяло онлайн (Microsoft Forms). **Въпросникът за туристи** е структуриран в четири модула:

1. Социо-демографски профил (Пол, възраст, честота на пътуване).
2. Осведоменост: Оценка на разбирането за „отговорен туризъм“.
3. Реално поведение: Измерване чрез затворени въпроси и 5-степенна Ликертова скала (за определяне на степента на съгласие с устойчиви практики).
4. Готовност за бъдещо действие: Идентифициране на мотивационни фактори.

Изследването гарантира пълна анонимност на респондентите. **Ограниченията са свързани с онлайн характера на анкетата** (самоселекция на респондентите) и потенциалната разлика между декларирано и реално поведение на туристите.

За оценка на предлагането и готовността на бизнеса в район „Рила-Пирин“ да прилага принципите на отговорния туризъм, бе разработен **специализиран въпросник**, насочен към мениджъри и собственици на туристически обекти. **Въпросникът към бизнеса е разделен на пет логически секции**, които позволяват проверка на Хипотеза Н2 (връзка устойчивост–удовлетвореност) и Хипотеза Н3 (урбанизирани срещу природни зони):

1.Профилиране: Идентифициране на вида, големината и локацията на бизнеса в рамките на 23-те общини в район Рила-Пирин.

2.Възприятия: Субективна оценка на значението на отговорния туризъм.

3.Инвестиционна активност: Конкретни действия (ВЕИ, енергийна ефективност, сертифициране).

4.Социален капитал: Степен на взаимодействие с местната общност и веригата на доставки.

5.Институционални очаквания: Идентифициране на нуждите от държавна подкрепа.

Към методологическите ограничения на изследването следва да се има предвид специфичният риск, произтичащ от канала за дистрибуция на инструментариума. Използването на публично обявените контактни данни в Националния туристически регистър за разпространение на въпросника крие потенциални заплахи за представителността на извадката. На първо място, съществува вероятност част от електронните адреси да не са актуални или активно поддържани от

предприятията, което автоматично стеснява обхвата на респондентите. На второ място, при дистанционното анкетиране чрез официални имейл адреси съществува риск информацията да не достигне до компетентните управленски кадри (собственици или мениджъри), чието мнение е ключово за изследването.

При провеждане на емпиричното изследване бе установен специфичен изследователски риск, изразяващ се в ниска активност на представителите на туроператорите и заведенията за хранене в сравнение с местата за настаняване. Към момента на анализа извадката се състои от 46 респондента, което налага следните уточнения:

- **Доминанта на хотелиерския сектор**: Резултатите отразяват предимно нагласите на местата за настаняване, които обаче са и най-ресурсната и енергоемка част от дестинацията.
- **Пилотен характер**: Извадката може да се разглежда като представителна за „активното ядро“ на бизнеса, проявяващо интерес към темата, но резултатите не следва да се обобщават автоматично за всички 23 общини без допълнителна верификация.
- **Субективност на данните**: Налице е риск от „автоцензура“, при който бизнесът е склонен да надценява своите устойчиви практики поради имиджови съображения.

Тези фактори обуславят и **трудностите при пълното реализиране на предварително заложените квоти** от 30% за всяка от бизнес подгрупите. Поради по-ниския процент на отзивчивост (response rate), характерен за този метод на събиране на данни в сектора, извадката от 44 респондента следва да се интерпретира като целева извадка от „активни участници“. Макар това да ограничава възможностите за широко обобщаване на резултатите за всички 23 общини, събраните данни предоставят ценна и достоверна информация за нагласите на онази част от бизнеса, която е дигитално активна и проявява изявен интерес към темите на устойчивостта и отговорното развитие.

Данните са обработени през статистически софтуер SPSS. Приложени са следните методи:

- Описателна статистика: За представяне на честотните разпределения.
- Корелационен анализ (Spearman/Pearson): За проверка на хипотеза H1 (връзка информираност-поведение).

- Сравнителен анализ (t-test/ANOVA): За проверка на хипотеза H3 (разлики между урбанизирани и природни зони).
- Вторичен анализ: Съпоставяне на анкетните данни с официалната статистика от общините (приходи от туризъм, потребление на ресурси, данни за отпадъци).

За нуждите на анализа са използвани стратегически документи, програми и актуални данни от НСИ и Единната система за туристическа информация (ЕСТИ) относно броя пренощували лица и приходите в района Рила-Пирин за периода 2021-2024 г.

2.4. Анализ на нормативната уредба и стратегическа рамка на общините от т.нар. „Ядро“ и „Буферна зона“ в район Рила-Пирин

Общините дефинирани като **Ядро са Банско, Сандански и Самоков** и се характеризират с висока интензивност. Започваме анализа на нормативната уредба и стратегическа рамка на „Ядрото“ с община Банско.

Община Банско се отличава като лидер в региона по отношение на институционалната подготвеност и наличието на специализирана нормативна уредба за устойчив туризъм. Анализът на представените стратегически документи показва висока степен на интеграция между икономическите цели и екологичните стандарти.

1. Стратегия за устойчиво развитие на туризма (2022-2027 г.): Този документ е фундаментален за дестинацията, тъй като поставя фокус върху прехода към целогодишен туристически продукт. Основната стратегическа цел е оптималното използване на природните ресурси в унисон с пазарните очаквания. Важен акцент е поставен върху:

- Диверсификация: Разширяване на предлагането чрез конгресен, фестивален и здравен туризъм, което намалява натиска върху ресурсите по време на активния зимен сезон.
- Дигитализация: Заложена е модернизация на маркетинга и създаване на интелигентни системи за информация, което кореспондира с изискванията на ЕУ за „интелигентни дестинации“.

2. Оперативна програма за развитие на туризма (2024 г.): Програмата за 2024 г. превръща дългосрочната стратегия в конкретни действия. Прави впечатление

заложената активна роля на публично-частното партньорство (Съюз на туристическия бизнес). Програмата включва подобряване на туристическата инфраструктура и градската среда; както и специфични мерки за повишаване на качеството на обслужването и човешкия капитал – ключов индикатор за социална устойчивост.

3. Екологична свързаност и качество на атмосферния въздух (2021–2028 г.): Връзката между туризма и екологичните програми на общината (Програмата за опазване на околната среда и Програмата за качество на атмосферния въздух) е критична. За Банско качеството на въздуха не е само екологичен, но и икономически фактор. Документите предвиждат строг мониторинг и мерки за декарбонизация на отоплителните системи в местата за настаняване; както и насърчаване на устойчива мобилност, което пряко влияе върху „въглеродния отпечатък“ на дестинацията – водещ приоритет в Европейския зелен пакт.

Общината демонстрира завършен цикъл на стратегическо планиране. Синергията между икономическите цели (туризъм) и екологичните лимити (въздух и природа) превръща Банско в пример за „активно ядро“ на устойчивостта в район Рила-Пирин. Основното предизвикателство, изведено от документите, остава ефективният мониторинг на тези мерки и балансирането на капацитета на средата спрямо интензивния инвестиционен интерес.

Освен стратегическата рамка, ключов фактор за оценката на устойчивостта е анализът на фактическото състояние на туристическата суперструктура и натовареността на дестинацията.

1. Инфраструктурен капацитет и структура на легловата база: Данните от Стратегията (2022–2027) разкриват висока концентрация на леглова база, възлизаща на близо 18 000 легла, разпределени в разнообразни категории обекти. Прави впечатление доминиращата роля на хотелския сектор (92 хотела с над 12 500 легла), което потвърждава профила на Банско като дестинация за масов туризъм. Същевременно, наличието на над 600 малки обекта (къщи за гости и самостоятелни стаи) показва значително участие на местната общност в туристическия продукт – важен индикатор за социална устойчивост и разпределение на икономическите ползи.

2. Туристически поток и интензивност: Резултатите за 2023 г. – 362 хил. туристи и над 1.13 млн. нощувки – поставят Банско в позицията на най-натоварената

дестинация в района. Тези цифри позволяват изчисляването на следните важни за настоящия труд изводи:

- Среден престой: Около 3.1 нощувки, което е над средното за страната и показва добра задържаща способност на дестинацията.
- Натиск върху ресурсите: Високият обем нощувки спрямо постоянното население на общината е ясен сигнал за необходимост от стриктно прилагане на мерките за управление на отпадъците и енергийна ефективност, заложени в екологичните програми на общината.
- Връзка с отговорния туризъм: Голямата леглова база изисква преход от количествено към качествено измерване на успеха. Визията на общината в Програмата за 2024 г. е насочена именно към балансиране на тези мащаби чрез насърчаване на целогодишна заетост, което би разпределило екологичния и социален натиск по-равномерно през годината.

Анализът на водещата дестинация в района – община Банско, показва зрялост в прилагането на политики за устойчивост. Както отбелязва доц. д-р Ася Панджерова (2025), Банско прилага интегриран модел на управление, при който туризмът не е само икономическа дейност, а „платформа за координирани съвместни действия“. Особено важно за настоящото изследване е заключението на автора, че постигането на четирисезонен туризъм изисква силен бранд, базиран на „автентичност и уникалност“, което е в пряка връзка с принципите на отговорния туризъм.

Продължаваме анализът на „Ядрото“ с община Самоков. Анализът на община Самоков представя модел на една от най-зрелите и мащабни туристически дестинации в България. Тук устойчивостта не е просто пожелателна, а е заложена като фундаментален инструмент за справяне с високия антропогенен натиск в курортите Боровец и Мальовица и за преодоляване на зависимостта от „белия туризъм“.

Община Самоков се отличава с изключително висока степен на стратегическа подготвеност, разполагайки със специфична **Програма за управление на културното наследство и туризма (2021–2030)**. Стратегическата рамка поставя акцент върху дигиталната трансформация и климатолечението като нови стълбове на устойчивостта.

1. Икономически мащаб и „Пост-COVID“ адаптация: Със своите близо 10 000 легла (от които 6 372 в Боровец), Самоков е изправен пред предизвикателството да управлява масов поток по устойчив начин.

- Нови формати: ПИРО изрично подчертава необходимостта от преориентиране към малки семейни хотели и ваканционни къщи като по-безопасен и устойчив формат след пандемията.
- Дигитализация: Мярка 4.1 и 4.2 залагат на дигитализиране на маршрути и музейни ресурси („Цари Мали град“, ИМ Самоков), което намалява физическия отпечатък върху обектите и подобрява информираността.

2. Климатолечение и Здравен туризъм: От разговора с администрацията се извежда ключов елемент за бъдещото позициониране на дестинацията:

- Сертифициран климатичен курорт: Самоков планира да възроди славата си на център за климатолечение. Това е пример за отговорен туризъм с висока добавена стойност, който използва природния ресурс (въздуха) без да го консумира, като същевременно привлича здравно-осъзнати туристи.
- Реклама на „чистия въздух“: Предстои целенасочена кампания за популяризиране на лечебните свойства на местния климат.

3. Социална устойчивост и местна идентичност: В Самоков туризмът се разглежда като средство за съхранение на местния бит:

- Занаяти и фолклор: Програмата за 2023 г. включва демонстрации на занаяти в ТИЦ и организиране на богат календар от събития (напр. „Празник на Рила“ – над 100-годишна традиция).
- Интеграция на селата: Цел 12 предвижда изграждане на инфраструктура в малките села, за да се разпределят ползите от туризма равномерно в цялата община.

4. Предизвикателства и уроци:

- Образование: Според администрацията най-голямото предизвикателство е необходимостта от образоване на всички участници в процеса по темата за устойчивостта.
- Инфраструктура: Акцентът пада върху изграждането на велоалеи, екопътеки и зони за къмпинг (района на р. Искър), което насърчава екологосъобразното поведение.

5. Регионално сътрудничество: Самоков активно търси партньорства със съседни общини (напр. Сапарева баня, Костенец) за създаване на регионален туристически продукт, който комбинира зимните спортове в Боровец с балнеологията

на съседите – класически пример за устойчиво планиране на ниво „Туристически район“.

Общината успешно преминава от „продукт на ресурса“ (само ски) към „продукт на преживяването“ (култура, климатолечение, занаяти). Устойчивостта тук се постига чрез умна диверсификация и силен акцент върху дигитализацията. За нашето изследване Самоков е еталон за това как голяма дестинация може да прилага принципите на отговорния туризъм, за да запази конкурентоспособността си.

Последната община от „Ядрото“ е община Сандански. Анализът на община Сандански представя модел на една от най-утвърдените и комплексни туристически дестинации в България. Тук устойчивостта се разглежда през призмата на интелигентния икономически растеж и прехода към икономика на знанието, като се цели баланс между силно развитото „общинско ядро“ (гр. Сандански) и периферните територии.

Община Сандански се дефинира като значим здравен, социален и туристически център в Югозападна България. Нейната стратегия (ПИРО 2021–2027) е ориентирана към устойчив и интелигентен икономически растеж, залагайки на идентичността и автентичното преживяване като конкурентни предимства.

1. Капацитет и структура на туристическата суперструктура: Сандански разполага с една от най-впечатляващите и разнообразни материални бази в района Рила-Пирин (близо 3 000 легла само в официално категоризираните обекти):

- Балнео-лидерство: Наличието на висококатегорийни хотели (4 и 5 звезди) в гр. Сандански затвърждава статута му на водеща СПА дестинация.
- Семеен и автентичен бизнес: Високият брой семейни хотели и къщи за гости, особено в гр. Мелник и с. Рожен, е ключов индикатор за социална устойчивост, тъй като ангажира директно местното население и съхранява архитектурното наследство.

2. Интегриран продукт и иновации (Приоритет 3): Стратегията залага на Мярка 3.4, която цели трансформирането на Сандански в популярна дестинация чрез:

- Клъстеризация и иновации: Създаване на център за развитие на иновативни идеи за всички видове туризъм.

- Дигитална ера (Приоритет 7): Масово внедряване на интернет-базирани платформи и мобилни приложения за промотиране на местни продукти и атракции – инструмент за повишаване на информираността и отговорното потребление.

3. Екологична адаптация и устойчива мобилност (Приоритет 6): Общината признава предизвикателствата на климатичните промени и залага на:

- Устойчиво управление на екосистемите: Защита на планините Пирин и Славянка и Мелнишките пирамиди.
- Екологосъобразно използване на ресурсите: Развитие на мрежа от екопътеки (напр. „Пътека на здравето“, „Пътека на мира“) и възстановяване на велоалеи (Алеята на дипломата), което директно намалява въглеродния отпечатък от вътрешната мобилност.

4. Социален стълб и културна идентичност:

- „Изживяване и идентичност“: Сандански залага на събитиен туризъм (фестивали като „Пирин фолк“, „Златния чинар“), който поддържа жизнеспособността на местната култура.
- Винен туризъм: Пътят на виното и Мелник като архитектурен резерват са интегрирани в модел, който стимулира местните производители и занаятчии.

Общината успешно балансира между масовия здравен туризъм в градското ядро и нишовия културно-екологичен туризъм в периферията (Мелник, Рожен, Катунци). Устойчивостта тук се постига чрез диверсификация на формите – от балнеология до винен и приключенски туризъм. Основното предизвикателство, изведено от ПИРО, е смекчаването на дисбалансите между центъра и селата, което изисква насочване на инвестиции към периферната инфраструктура и екомаршрутите.

Продължаваме с **анализ на стратегическата рамка за устойчиво развитие на общините от „Буферната зона“**, които сме определили като развиващи се центрове. Тук се включват **Благоевград, Сапарева Баня и Разлог,** които успешно съчетават балнео, СПА и планински туризъм, и показват устойчив темп на растеж. Първо ще разгледаме нормативните документи на община Благоевград.

Анализът на Община Благоевград разкрива модел на регионален център с висока стратегическа зрялост, който се стреми да трансформира своята административна и академична тежест в икономическо предимство чрез устойчив туризъм. За разлика от тясно профилираните дестинации, Благоевград залага на

интегрирана диверсификация и силна връзка с европейските политики за климатична неутралност.

Община Благоевград се позиционира като водещ фактор в район „Рила-Пирин“, като нейната стратегическа рамка (**ПИРО 2021–2027**) е в пълен синхрон с Националния план за възстановяване и устойчивост и европейските стълбове за иновативна и зелена България. Тук туризмът не е изолиран сектор, а част от цялостната стратегия за териториално и икономическо сближаване.

1. Пространствено планиране и зони за въздействие: Отличителна черта на Благоевград е обособяването на специфична Приоритетна зона за въздействие 4 „Зона за туризъм и отдих“. Тя обхваща внушителна територия (1308 ха) и интегрира градски паркови пространства („Ловен дом“, „Бачиново“) с високопланински терени (м. „Бодрост“, „Картала“). Зоната е проектирана за „целенасочени инвестиции“, които да свържат балнеологията в града с активния спорт в планината. Това е пряко доказателство за стремеж към балансирано разпределение на туристическия натиск.

2. Стратегия за устойчиво развитие на туризма (2021-2027): Документът е разработен съгласно рамката на СТО към ООН „Туризма към 2030“, което гарантира методологическа актуалност. Основните приоритети адресират пряко концепцията за отговорен туризъм:

- Качество и декарбонизация (Приоритет 1): Подкрепа за неутрални по отношение на климата производства и алтернативни форми (СПА, еко, фестивален туризъм).
- Дигитална трансформация (Приоритет 2): Изграждане на силен бранд чрез съвременни технологии, което цели превръщането на Благоевград в „интелигентна дестинация“.
- Инфраструктура и среда (Приоритет 3): Социализация на обекти чрез „меки мерки“ – екопътеки, маркировка и облагородяване, които минимизират антропогенния отпечатък.

3. Институционален капацитет и мониторинг: Благоевград е една от малкото общини в региона, която в своите стратегически цели изрично залага подобряване на информационната основа (статистика и проучвания). Това е критичен елемент от настоящата дисертация, тъй като показва осъзната нужда от обективни данни за управление на устойчивостта.

Общината демонстрира най-високо ниво на хоризонтална и вертикална интеграция на политиките. Благоевград не просто предлага „зелен туризъм“, а го вгражда в концепцията за „умно“ градско развитие. За разлика от Белово (където фокусът е върху базовата защита на ресурса), тук фокусът е върху управлението на имиджа и маркетинга на устойчивостта.

Продължаваме с анализът на община Разлог, който разкрива модел на балансирано и екологосъобразно управление, при който дестинацията се стреми да излезе от сянката на масовия зимен туризъм, развивайки свои собствени уникални ниши. В **ПИРО и Програмата за околна среда** се наблюдава зряло разбиране за „границите на растежа“ и необходимостта от механизми за колаборация между публичния и частния сектор.

Община Разлог заема стратегическо място в района „Рила-Пирин“, като нейната рамка за развитие (2021–2027) се отличава с интегриран подход, при който цялата територия на общината е обявена за Зона за въздействие за опазване на културно-историческото наследство и туризъм (ЗВКИТ). Това показва, че устойчивостта не се разглежда като локално усилие, а като общосистемна политика.

1. Институционални иновации и клъстеризация (Приоритет 2): Разлог е сред малкото общини в региона, които изрично залагат на сътрудничеството и формирането на клъстери в туризма. Устойчивостта тук се интерпретира през икономическата сила на обединението:

- Клъстерен подход: Създаването на туристически клъстер цели оптимизация на ресурсите и по-добро позициониране на международния пазар.
- Секторна стратегия: Ангажиментът за създаване на специализирана стратегия за развитие на туризма и GPS картографиране на обектите е важна стъпка към интелигентното управление на дестинацията.

2. Диверсификация и децентрализация на потока: Стратегията на Разлог е насочена към намаляване на натиска върху определени територии чрез развитие на алтернативни центрове:

- Балнео-рекреационен фокус: Проектите в с. Баня, с. Елешница и с. Бачево целят разширяване на туристическата география извън ски зоната.

- Проект „Кулиното“: Изграждането на тази туристическа зона се планира като устойчива алтернатива, която да допълни предлагането в региона чрез по-висока степен на екологичен контрол.

3. Екологични лимити и „Зелено“ възстановяване: Програмата за опазване на околната среда (2021–2026) прави критичен анализ на последиците от COVID-19 и подчертава, че възстановяването не трябва да бъде за сметка на природата.

- Баланс между натиск и капацитет: Общината идентифицира „намирането на точния баланс“ като най-голямото бъдещо предизвикателство.
- Общински фонд за околна среда: Планираното създаване на фонд за подпомагане и ограничаване на натиска върху най-рисковите обекти е авангардна мярка за българската практика, която директно прилага принципа на отговорния туризъм.

4. Социална устойчивост и достъпност: Разлог поставя акцент върху универсалната достъпност – реконструкция на инфраструктурата за хора с ограничена мобилност. Това, съчетано с популяризирането на културните ценности, засилва социалния стълб на устойчивостта и ангажираността на местната общност.

Общината е пример за устойчивост чрез диверсификация и партньорство. Моделът на Разлог доказва, че успехът на една дестинация зависи от способността ѝ да „разпръсне“ туристическия интерес върху по-широка територия и да въвлече бизнеса в отговорността за опазване на околната среда. За настоящото изследване Разлог е ключов пример за това как се планира намаляване на антропогенния натиск чрез териториално разширение на продукта.

Затваряме групата на Буферната зона с преглед на нормативната уредба за устойчиво развитие на **община Сапарева баня.** Анализът на община Сапарева баня очертава профил на дестинация с уникални за континентална Европа природни ресурси, чието стратегическо управление е насочено към превръщането им в световно разпознаваем балнеологичен център. В документите се наблюдава силен фокус върху трансграничното сътрудничество (проектът със Сокобаня) и интегрирането на термалните води с високопланинския потенциал на Рила.

Община Сапарева баня се утвърждава като „просперираща общност“ и лидер в балнеотуризма на областно ниво. **Стратегическата рамка за периода 2021–2027 г.** бележи преход от традиционно курортно селище към модерна, дигитализирана

дестинация, която успешно съчетава геотермалните ресурси с планинския потенциал на Паничище и Рила.

1. Икономическа динамика и пазарен растеж: Данните от **ПИРО** разкриват безпрецедентен ръст в туристическия сектор след 2018 г., който превръща общината в основен двигател на икономиката в област Кюстендил:

- Експлозивен ръст на приходите: Реализираните приходи от нощувки бележат ръст от 346,04% (достигайки над 7,1 млн. лв. през 2022 г.).
- Доминация на регионално ниво: Делът на Сапарева баня в приходите от нощувки на цялата област Кюстендил нараства от 34,7% през 2014 г. до внушителните 65,59% през 2022 г.
- Капацитет: За 10 години броят на категоризираните обекти нараства от 43 на 198, като доминират къщите за гости (118), което подкрепя модела на устойчивия семеен бизнес.

2. Продуктово препозициониране и „Четири сезона“: В съответствие с Националната стратегия, Сапарева баня дефинира специфично продуктово ядро:

- Паничище – дестинация за „тишина и спокойствие“: Избягва се моделът на агресивното ски-застрояване, като Паничище се позиционира като алтернатива на масовите курорти (Банско, Боровец) с акцент върху спорта и рекреацията.
- Балнео-ядро: Развитие на специализирани нишови продукти тип „медикал спа“, съчетаващи традиционни лечебни методи с модерни уелнес програми.

3. Приоритети на Програмата за развитие (2024–2027): Новата програма въвежда конкретни оперативни мерки, насочени към подобряване на туристическото изживяване и екологичната устойчивост:

- Зелена и техническа инфраструктура: Изграждане на велопътека и алея с осветление в Паничище; регламентиране на трасета за АТВ и офроуд, за да се ограничи нерегламентираният натиск върху природата.
- Дигитализация и Smart маркетинг: Фокус върху онлайн комуникацията като основен инструмент – изработване на мобилно приложение, 360-градусови виртуални турове и дигитализиране на маршрути за паметници на културата (Германея).
- Социализация на наследството: Възстановяване и реставрация на паметници на културата и поддържане на „Стария град Германея“ като достъпен обект.

4. Философия на устойчивостта и „Природен капитал“: Общината възприема дефиницията на Световната туристическа организация, разглеждайки ресурсите си като активи за бъдещите поколения:

- Баланс на интересите: Стратегията търси хармония между икономическите нужди на бизнеса и екологичните лимити на територията (особено в зоните на НП „Рила“).
- Скъсяване на веригите: Насърчаване на местното производство и занаяти за генериране на доходи в селските райони.

Общината представлява пример за успешна пазарна трансформация. Устойчивостта тук се изразява в способността да се управлява рязък количествен растеж (легла и приходи) чрез качествени дигитални инструменти и строго зониране на дейностите (АТВ трасета, велоалеи). Сапарева баня доказва, че геотермалната енергия и климатичните дадености са основа за стабилна „икономия на преживяванията“, която е устойчива на сезонни и икономически колебания.

В заключение анализът на стратегическите документи в „Ядрото“ и „Буферната зона“ разкрива силно изразен **стремеж към пазарно лидерство и интензивно развитие**, което често поставя на преден план икономическата компонента на устойчивостта. За да се постигне холистичен поглед върху целия район Рила-Пирин обаче, е необходимо този модел да бъде съпоставен с управлението на по-слабо натоварените територии. Това логически насочва към следващата точка, където ще бъде изследвана нормативната уредба в „Периферията“, където стратегическият акцент се измества от мащабната инфраструктура към съхраняването на автентичните ресурси и развитието на нишови, отговорни форми на туризъм.

2.5. Анализ на нормативна уредба и стратегическа рамка на общините в периферията на район Рила-Пирин

Анализът на туристическото пространство в район Рила-Пирин преминава към своята трета логическа зона – **Периферната зона**, включваща общини като **Белица, Якоруда, Гърмен, Гоце Делчев и Хаджидимово**. Макар че статистически тези територии заемат под 10% дял от общия брой нощувки в района, тяхната стратегическа роля за устойчивостта на дестинацията е фундаментална. Докато „Ядрото“ се фокусира върху мащабни инвестиции и висок интензитет, периферните общини са **носители на**

автентичния еко, селски и религиозен продукт, съхранявайки културната идентичност и биоразнообразието на региона. Тези нишови дестинации представляват идеалното изследователско поле за прилагане на модели за „бавен“ (*slow*) и отговорен туризъм, където акцентът е изместен от количеството към качеството на преживяването и минимизирането на антропогенния отпечатък. Анализът на техните стратегически приоритети **започва с община Белица**, която предлага знаков пример за успешното съчетаване на природозащитни инициативи с развитието на специализирани форми на туризъм.

За разлика от интензивно урбанизирания модел на Банско, община Белица представя модел на устойчиво развитие, базиран на природосъобразен и алтернативен туризъм. В нейния **План за интегрирано развитие (ПИРО 2021–2027)** туризмът е позициониран не като масова индустрия, а като инструмент за социално-икономическо оживяване на местната общност.

1. Фокус върху екологичния и хоби туризма: Стратегическите документи на общината (Раздел 2.3 от ПИРО) дефинират Белица като дестинация за „бавен“ и отговорен туризъм. Основните акценти са върху:

- Екологичен и познавателен туризъм: Използване на специфични ресурси като Парка за рекултивация на танцуващи мечки и защитените територии в Рила.
- Социален аспект: Туризмът се разглежда като възможност за заетост на местното население чрез развитие на семейния бизнес (къщи за гости и малки места за хранене), което е в основата на социалната устойчивост.

2. Инфраструктурни и стратегически приоритети: В Белица фокусът е върху подобряване на достъпността до природните атракции и развитието на специфични ниши като конгресен и планински спортен туризъм (курортна зона „Семково“). За разлика от Банско, тук липсват специализирани програми за качество на въздуха или декарбонизация, което показва, че общината все още е в етап на екстензивно развитие на туристическата инфраструктура, а не на управление на прекомерен натиск.

3. Съответствие с европейските изисквания: Програмите на Белица отговарят на европейските приоритети за подкрепа на слабо развити региони чрез устойчиво използване на природното наследство. Тук „отговорният туризъм“ се интерпретира като съхранение на биоразнообразието и превръщането му в туристически продукт с нисък отпечатък.

Администрацията на Белица демонстрира проактивна роля, като не просто регулира, а активно инициира партньорства. Отличителна черта е тясното сътрудничество с читалище „Георги Тодоров 1885“, което изпълнява функциите на оперативен център за туризъм и култура. Белица допълва регионалния профил на „Рила-Пирин“ като алтернативен полюс на масовия ски туризъм. Докато Банско управлява капацитет, Белица управлява потенциал. Липсата на детайлна леглова статистика в документите на общината потвърждава нуждата от единна дигитална система (като ЕСТИ), която да позволи по-прецизно планиране на устойчивостта на това ниво. Община Белица представлява специфичен модел на развитие в рамките на район „Рила-Пирин“, който се базира на концепцията за „бавен туризъм“ (slow tourism) и висока етична добавена стойност. Визията на общината, заложена в ПИРО 2021–2027 г., е категорично обвързана с Европейската зелена сделка, поставяйки **природата като „ключов съюзник“** в икономическия растеж.

Туризмът е изведен като приоритет в ПИРО чрез:

- Специфични атракциони: „Парк за мечки“ (символ на етичен туризъм) и „Рила Фън Парк“, които диференцират общината на пазара.
- Целогодишност: Стратегически усилия за привличане на туристи през всички сезони чрез фестивали и алтернативни форми (еко-, селски и хоби туризъм).
- Интеграция на концепцията за отговорен туризъм: Отговорите от общинската администрация разкриват, че макар да липсват местни нормативни актове със санкциониращ характер, устойчивостта се прокарва чрез проектно-ориентиран подход.
- Проект „ALLURE“ (2025–2027): Ключова инициатива за модернизация на курорта Семково, въвеждане на електрическа мобилност (е-велосипеди) и дигитализация на маршрутите (VR/AR).
- Социална устойчивост: Силна подкрепа за местното производство и занаяти чрез проекти като „Планински знаци“, което гарантира, че икономическите ползи остават в общността.
- Иновативни ниши: Проектът „Coliving Semkovo – Nomad Place“ показва стремеж за привличане на дигитални номади, което е модерна интерпретация на устойчивия престой.

Въпреки лидерската роля в инициативи като „Прегръдките на Рила“, общината идентифицира **сериозни бариери**:

- Транспортна свързаност: Липсата на устойчив обществен транспорт до ключови обекти (Семково, Парка за мечки) води до зависимост от лични автомобили.
- Методологичен дефицит: Липсата на собствена система от индикатори за мониторинг (подобно на ETIS) затруднява обективната оценка на екологичния натиск.
- Финансова зависимост: Малкият собствен бюджет налага пълна зависимост от външно финансиране, което създава риск за поддръжката на вече изградената инфраструктура.

В заключение можем да кажем, че общината успешно използва своето „зелено“ реноме за привличане на инвестиции, но преминаването към следващ етап на устойчивост изисква институционализиране на мониторинга и решаване на проблема с въглеродния отпечатък от транспорта. Белица е пример за дестинация, в която социално-културният стълб на устойчивостта е най-силно развит чрез активното включване на читалищната и местната общност.

Продължаваме с преглед на нормативната уредба на община Белово, която заема специфично място в изследвания район, тъй като съчетава балнеологични ресурси с богато, но недостатъчно социализирано културно-историческо наследство. Анализът на **ПИРО** (Раздел VII) и заложените стратегически цели показва, че устойчивостта тук се разглежда предимно през призмата на консервацията и базовото изграждане на капацитет.

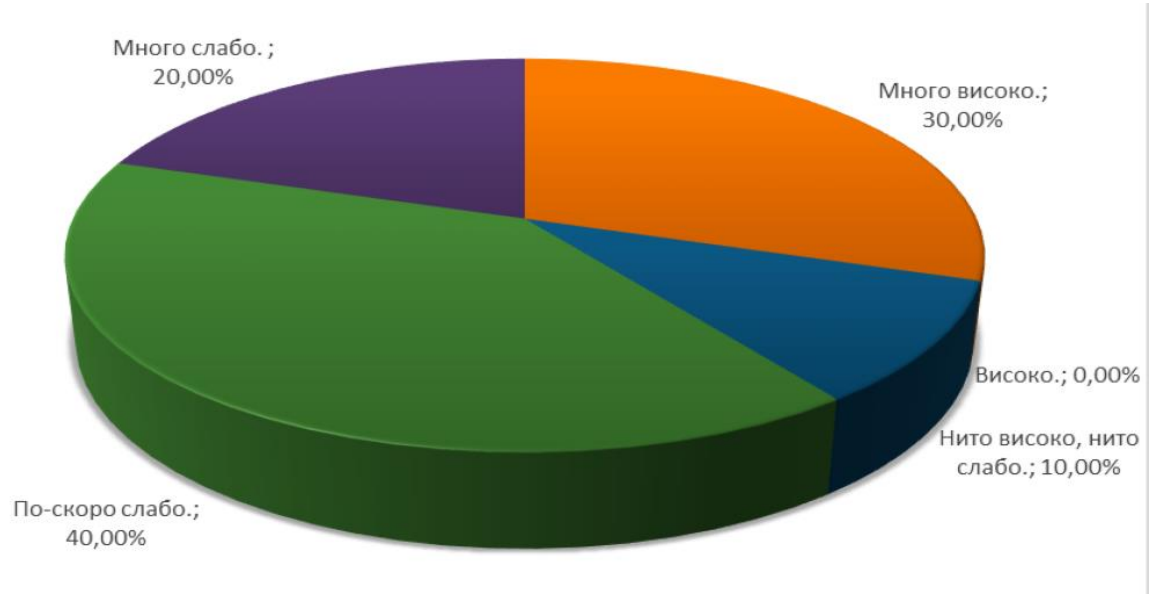
1. Проблематика на ресурсното управление: Документите открояват критично състояние на културните ценности. Ниската степен на проучване и документиране на археологическите обекти, съчетана с антропогенния натиск (иманярство, строителна дейност) и ерозията, представлява директна заплаха за устойчивостта на дестинацията. От гледна точка на „отговорния туризъм“, Белово е изправено пред спешната необходимост от институционална защита и регулация, преди да премине към активно пазарно предлагане.

2. Стратегическа визия и социална устойчивост: В ПИРО устойчивото развитие е интегрирано в две основни направления:

- Екологична и социална среда (Цел 1): Акцент върху екологосъобразната инфраструктура и равен достъп до услуги.

- Бизнес среда и заетост (Цел 2): Туризмът се разглежда като инструмент за модернизация и привличане на инвестиции, но чрез утвърждаване на традиционни сектори (балнеология).

Резултатите от анкетното проучване, представено в ПИРО, относно нагласите на местната общност, са изключително показателни за настоящата дисертация. Поляризирането на мненията (70% от местните оценяват влиянието на туризма като „слабо“) е ясен индикатор за липса на осезаеми икономически ползи за населението към момента.



Фигура 6: Отговор на въпрос „Как оценявате влиянието на туризма върху развитието на Община Белово?“

Източник: ПИРО Белово

Позитивна нагласа – местните виждат в туризма потенциал за 100% заетост и 90% подобрение на инфраструктурата.

Конфликт – огромното разминаване между потенциал (минерална вода и природа) и реално усещане за развитие подчертава нуждата от модел на управление, който поставя местната общност в центъра (съгласно принципите на отговорния туризъм).



Фигура 7: Отговор на въпрос „Какво може да се подобри по отношение на предлагането на туристически услуги в Община Белово?“

Източник: ПИРО Белово

4. Приоритети за подобрение: Очертават се три критични зони за интервенция, които общината трябва да адресира, за да постигне устойчивост:

- Социализация и популяризиране (80%): Превръщане на археологическите обекти от „руини“ в „продукт“.
- Материална база (40%): Остра нужда от леглова база (хотели и къщи за гости), което обяснява защо икономическият ефект в момента е нисък.

- Ефективна реклама: Изграждане на имидж, базиран на уникалните минерални извори.

За разлика от Банско, където проблемът е управлението на свръхкапацитета, в Белово основното предизвикателство е изграждането на базова устойчива структура. Общината е пример за дестинация, в която „отговорният туризъм“ трябва да започне от ниво спасителна археология и консервация, за да се съхрани ресурсът за бъдещите поколения.

Ще разгледаме накратко и **община Бобошево**, защото представлява специфичен случай в изследвания район, характеризиращ се с липса на детайлна секторна стратегия за туризма. В този контекст, устойчивото развитие на дестинацията е косвено обвързано с общите екологични програми, които поставят фундамента за бъдещо развитие на отговорен туризъм чрез подобряване на жизнената среда.

1. Институционален дефицит и нормативна рамка: Общината не разполага със собствени планове за развитие на туризма, като се опира директно на Националната стратегия (2014-2030). Това ограничава възможностите за специфично регионално брандиране, но същевременно насочва фокуса към най-базовите аспекти на устойчивостта – чистотата на околната среда и управлението на ресурсите.

2. Управление на отпадъците като фактор за привлекателност: Програмата за управление на отпадъците (2021–2028) е ключов документ, тъй като прилагането на подхода „нулеви отпадъци“ е задължително условие за всяка дестинация, претендираща за устойчивост.

- Йерархия на отпадъците: Фокусът върху предотвратяване образуването на отпадъци и насърчаване на повторната употреба (Стратегическа цел 1 и 2) е в пряк синхрон с европейските изисквания за кръгова икономика.
- Хигиенен капацитет: Специфичните цели за закриване на нерегламентирани сметища и рекултивация на депото в с. Слатино са критични стъпки за подобряване на ландшафтната привлекателност на общината.

3. Екологична визия и качество на живот: Програмата за опазване на околната среда (2021-2025) залага на „превантивния подход“. За научните цели на дисертацията е важно да се отбележи принципът „замърсителят плаща“, който е фундаментален за отговорния туризъм.

Устойчиво развитие и здраве: Генералната цел за подобряване на компонентите на околната среда е предпоставка за развитие на здравен и екотуризъм, въпреки че тези ниши все още не са административно разгърнати.

Биологично разнообразие: Заложеното опазване на екосистемите (Принцип 7) създава потенциал за бъдеща социализация на природните дадености без риск от тяхната деградация.

Общината се намира в „нулева фаза“ на туристическо планиране. Устойчивостта тук се дефинира не чрез управление на туристически потоци, а чрез преодоляване на екологични рискове. Случаят е пример за дестинация, която първо трябва да гарантира качеството на своите екосистеми и базова чистота, за да може да изгради конкурентен туристически продукт в бъдеще.

Следващата община от групата на „Периферните“ е Гоце Делчев. Община Гоце Делчев демонстрира подход на функционално интегриране, при който развитието на туристическия сектор е неразривно свързано с опазването на околната среда. В **ПИРО** на общината тези две сфери са обединени в Приоритетно направление 4: „Опазване на околната среда и подкрепа за развитието на туризма“.

1. Екологична обусловеност на туризма: Обединяването на екологията и туризма в един общ приоритет е силен индикатор за разбирането на общината, че природният капитал е основният ресурс за туристическото предлагане. Устойчивостта тук се интерпретира като:

- Инфраструктурен баланс: Проектите за подобряване на околната среда (управление на води, отпадъци и зелени площи) се разглеждат като база за привличане на посетители.
- Нишов фокус: Направлението подсказва ориентация към форми на туризъм с нисък отпечатък, като еко-, селски и познавателен туризъм.

2. Културно-историческа социализация: Въпреки силния екологичен акцент, Гоце Делчев залага и на своя потенциал като исторически център. Устойчивостта в този аспект се изразява в:

- Фестивален и събитиен туризъм: Като средство за съхранение на местната идентичност и традиции (социална устойчивост).
- Трансгранично сътрудничество: Използване на географското положение за създаване на устойчиви коридори със съседни региони в Гърция.

3. Институционален профил: Липсата на отделна стратегия за туризъм показва, че общината разчита на хоризонтални политики. За целите на настоящия научен труд това е пример за дестинация, която се опитва да избегне рисковете на „свръхтуризма“ още в зародиш, като поставя екологичните лимити като водеща рамка за икономическото стимулиране на сектора.

Общината е пример за симбиотично планиране. Докато в Бобошево екологията е „хигиенен фактор“, в Гоце Делчев тя е „двигател“ на туристическото предлагане. Този модел е изключително устойчив, тъй като гарантира, че всяка инвестиция в туризма ще бъде съобразена с капацитета на местната екосистема.

Продължаваме с анализът на община Гърмен, който разкрива изключително интересен и комплексен модел на устойчивост, базиран на симбиозата между туризъм, биологично земеделие и опазване на природната среда. За разлика от досега разгледаните общини, Гърмен демонстрира най-дългосрочна приемственост в стратегическото планиране (датираща още от 2004 г.), като последователно развива идеята за „зелена икономика“. Гърмен се позиционира в район „Рила-Пирин“ като дестинация, която залага на интегрираното устойчиво развитие. Нейната стратегическа рамка (**ПИРО 2021–2027** и **Програмата за развитие на туризма 2019–2024**) дефинира общината като утвърдена целогодишна дестинация, съчетаваща балнеология, културен и приключенски туризъм.

1. Интеграция на секторите Туризъм и Екологично земеделие: Уникален елемент в стратегията на Гърмен е „икономическото жизнеспособно ядро“, което обединява туризма с производството на екологично чисти храни. Устойчивостта тук се разглежда през призмата на:

- Кръгова икономика: Затваряне на производствения цикъл и предлагане на местни био-продукти на туристите – пряка връзка с концепцията за „отговорен консуматор“.
- Екологични лимити: Категорично заложената забрана за незаконно изхвърляне на отпадъци и опазване на горския фонд (недопускане на сечи) са фундаментални за поддържане на имиджа на „чиста и здравословна среда“.

2. Инфраструктура и дигитализация: В ПИРО 2021–2027 общината залага на модерна интерпретация на туристическата инфраструктура. Планираните мерки

включват не само физическо изграждане (екопътеки, велоалеи), но и дигитална надстройка:

- Единна информационна платформа: Създаване на регистър и дигитална база данни за туристическите обекти – критична стъпка към превръщането в интелигентна дестинация.
- Социализация на наследството: Ремонт и поддръжка на религиозни храмове и археологически обекти, което подкрепя културния стълб на устойчивостта.

3. Човешки капитал и качество на продукта: Програмата за развитие на туризма поставя акцент върху повишаване квалификацията на персонала и насърчаване на висококатегорийни места за настаняване. Това е важен индикатор за преход от количествен към качествен растеж. Общината съзнателно стимулира „частната инициатива в границите на населените места“ (семейни хотели), което гарантира разпределение на приходите директно в местната общност (социална устойчивост).

4. Регионално сътрудничество: За разлика от по-изолираните модели на планиране, Гърмен изрично залага на партньорства с община Сатовча и други съседни региони. Това „клъстерно“ мислене е в пълно съответствие с европейските изисквания за интегрирани териториални инвестиции (ИТИ).

Общината е пример за устойчивост чрез диверсификация. Тук отговорният туризъм е част от по-голяма екосистема, в която опазването на горите, чистото земеделие и съхранените традиции работят заедно. Моделът на Гърмен доказва, че устойчивостта е най-ефективна, когато туризмът подпомага традиционните местни поминъци, а не ги измества.

След като бяха очертани ключовите приоритети в развитието на община Гърмен, изследването преминава към **диагностика на стратегическата рамка в община Долна баня,** за да се потърсят пресечните точки и различията в управлението на устойчивостта на локално ниво. Анализът на Долна баня разкрива модел на дестинация, която се стреми да се трансформира от транзитна точка (поради близостта си до Боровец и София) в самостоятелен център за балнеологичен и рекреативен туризъм. В **ПИРО** на общината се наблюдава изключително детайлно планиране, което обвързва икономическия растеж с качеството на живот и екологичната устойчивост.

Община Долна баня заема стратегическо място в района Рила-Пирин, позиционирайки се като атрактивна дестинация за балнеологичен, еко и рекреативен

туризъм. Визията на общината в ПИРО е насочена към изграждане на модерна градска среда, която да съчетава природните ресурси с иновативни местни атракции (като първото частно летище в страната).

1. Ресурсен потенциал и традиции: Долна баня притежава уникален микс от ресурси, които са в основата на нейната устойчивост:

- Термално богатство: Наличието на един от най-мощните термо водни басейни и социализирането на обекти като „Римската баня“ подчертават фокуса върху балнеологията като водещ поминък.
- Институционални традиции: Наличието на най-старото селско туристическо дружество в България („Ибър“) е силен индикатор за висока социална устойчивост и автентично включване на местната общност в туристическия процес.

2. Стратегически цели и приоритети за устойчивост: Планът за развитие дефинира туризма като приоритетен икономически сектор, като мерките са насочени към преодоляване на идентифицираните слабости:

- Диверсификация и социализация: Предвижда се развитие на широк спектър от форми (винен, религиозен, археологически туризъм) и изграждане на етнографски център за занаяти.
- Управленски иновации: Планираното създаване на общинско предприятие за туризъм, култура и спорт е важна стъпка към професионалното управление на дестинацията.
- Маркетинг и информираност: Изграждането на туристически информационен център и системната рекламна политика са адресирани като критични нужди за повишаване на конкурентоспособността.

3. **Екологична устойчивост и енергийна ефективност:** Общината залага на амбициозни мерки за опазване на околната среда, които директно влияят върху туристическия имидж:

- Зелена система и води: Изграждане на пречиствателна станция, рекултивация на депа и изграждане на паркова зона по поречието на река Марица.
- Декарбонизация: Насърчаване на възобновяеми източници и газификация на общината, което намалява екологичния отпечатък на легловата база.

4. **Социален стълб и човешки капитал:** Особен интерес за концепцията на отговорния туризъм представлява Мярка 6 (Приоритет 3), която цели сътрудничество

между професионалните гимназии и бизнеса (дуално обучение). Това гарантира задържането на млади кадри в региона и повишава качеството на услугите.

Общината демонстрира зрял подход на планиране, при който туризмът не е самоцел, а средство за подобряване на жизнения стандарт. Основната сила на Долна баня е в триангулацията между балнеология, природа и активна местна общност. Основното предизвикателство остава подобряването на общата инфраструктура и по-агресивното налагане на пазара като самостоятелна марка, независима от големите съседни курорти.

Логическото продължение на анализа ни отвежда от Долна баня към непосредствено съседната **община Костенец**, с която споделят не само обща географска граница в подножието на Източна Рила, но и сходен стратегически фокус. **Анализът на община Костенец** очертава профил на дестинация, която се стреми да възроди своята историческа слава на балнеологичен център, интегрирайки я с модерните изисквания за устойчивост и планински отдих. В ПИРО на общината се наблюдава фокус върху комплексността на туристическия продукт като двигател на местната икономика.

Община Костенец се дефинира като дестинация с висок нереализиран потенциал, където туризмът е заложен като основен стълб за диверсификация на местната икономика. Общината заема важно място в източното подножие на Рила, като нейната стратегическа визия (**ПИРО 2021–2027**) е насочена към утвърждаването ѝ като привлекателна и конкурентоспособна целогодишна дестинация. Устойчивостта тук се дефинира чрез интегрирано управление на ресурсите и повишаване на икономическата роля на туризма.

1. Стратегическа ориентация и визия: Визията на ПИРО за Костенец е „зелена и гостоприемна община“. Туризмът е интегриран в Стратегическа цел 3: Развитие на конкурентоспособна местна икономика.

- Приоритет 4.3 „Развитие на туризма“: Тук устойчивостта е обвързана с „интелигентен растеж“ – използване на иновации за представяне на наследството.
- Цел 4.3.1: Повишаване на качеството на туристическия продукт чрез сертифициране и въвеждане на еко-етикети.

Общината залага на три фундаментални стратегически цели:

- Целогодишност и диверсификация: Оползотворяване на потенциала за планински, културен, приключенски и селски туризъм, което намалява сезонната зависимост.

- Качество и заетост: Туризмът се разглежда като генератор на работни места и стимул за предприемачеството, което укрепва социалния стълб на устойчивостта.
- Интегриран маркетинг: Развитие на управлението и рекламата на дестинацията като единен продукт.

2. Ресурсен фокус и балнеология: Подобно на Долна баня и Сапарева баня, Костенец разчита на своя силен балнеологичен потенциал. Устойчивото развитие в този контекст се изразява в:

- Инфраструктурна модернизация: Подобряване на материално-техническата база и социализация на природните забележителности (напр. рехабилитация на екопътеки и достъп до Костенския водопад с акцент върху безопасността и минималния отпечатък).
- Екологосъобразност: Опазване на минералните води и околната среда като базов актив за рекреативния туризъм. (Обновяване на прилежащата инфраструктура в Момин проход и Пчелински бани с цел привличане на по-висок сегмент туристи.)
- Дигитализация: Създаване на нов туристически портал и мобилни приложения за навигация (Мярка 4.3.5)

3. Оперативни мерки и свързаност: Програмата за реализация на ПИРО (Раздел 5.1) включва мерки, насочени към подобряване на туристическата инфраструктура. Акцентът е поставен върху:

- Активен туризъм: Изграждане и поддръжка на пътеки и съоръжения в планината, които насърчават нискоенергийни форми на отдих.
- Публично-частно партньорство: Насърчаване на местния бизнес за повишаване на качеството на предлаганите услуги. Програмата за развитие на занаятите и подкрепата за местни производители на храни (малинарство и пчеларство) цели затваряне на цикъла „ферма-трапеза“ за туристите.

Общината се намира в състояние на „инфраструктурен рестарт“. Устойчивостта тук не е просто екологично понятие, а стратегия за оцеляване и конкурентоспособност чрез качество. Община Костенец демонстрира балансиран подход, при който туризмът е двигател за подобряване на общата жизнена среда. Основното предизвикателство е преходът от „транзитна“ дестинация (поради близостта до магистрала „Тракия“) към

„дестинация за престой“. Моделът на Костенец доказва, че устойчивостта зависи от способността да се предложи завършен цикъл на преживяване – от балнеология до планински преходи – при стриктно опазване на природната чистота.

След разглеждането на специализираните балнеокурорти в източната част на Рила, изследователската траектория преминава към северозападния склон на планината и **община Дупница**. Този преход бележи смяна на стратегическия модел – от фокус върху природния лечебен ресурс към управление на дестинацията като ключов транспортно-логистичен възел и вход към високопланинските екосистеми и защитените територии на националния парк. **Анализът на община Дупница** очертава профил на дестинация, която се стреми да капитализира своето стратегическо местоположение като „врата“ към Рила и да трансформира транзитния интерес в устойчив туристически престой. В **ПИРО (2021–2027)** туризмът е изведен като структуроопределящ фактор за икономическото развитие, тясно обвързан с подобрението на градската среда.

Община Дупница демонстрира модел на интегрирано планиране, при който туризмът е позициониран като „стимулатор за икономическо развитие“ (съгласно Приоритет 3 на ПИРО). Визията за „Дупница през 21 век“ поставя акцент върху баланса между икономическия растеж и устойчивото използване на местните природни и културни ресурси.

1. Ресурсен потенциал и геостратегическо предимство: Стратегическите документи на общината се фокусират върху благоприятното местоположение в подножието на Рила. Устойчивостта тук се дефинира чрез:

Интегриран продукт: Съчетаване на природните активи (защитени територии) с културното наследство за създаване на комплексен туристически пакет.

Инфраструктурна готовност: Общината разполага със значителен опит в усвояването на европейски средства, което е позволило обновяване на градската среда – ключов фактор за привлекателността на дестинацията.

2. Стратегически цели и иновации: Програмата за развитие на туризма за периода 2021–2027 г. залага две основни цели, които пряко адресират принципите на отговорния туризъм:

Цел 1: Консервация и атрактивност. Фокусът е върху опазването на ресурсите, което е фундаментално условие за дългосрочна устойчивост.

Цел 2: Иновативни подходи и регионална интеграция. Дупница залага на дигитални инструменти за маркетинг и включване на местния продукт в транснационални маршрути. Това е изключително важно за преодоляване на изолацията и привличане на по-широк кръг от международни туристи.

3. Оперативни мерки и интегрирани инвестиции (ИТИ): Програмата за реализация включва три типа мерки, които обхващат всички стълбове на устойчивостта:

- Техническа и довеждаща инфраструктура: Гарантиране на достъпността до обектите с минимален екологичен отпечатък.
- Модернизация на културната инфраструктура: Създаване на нови форми за представяне на съдържание, което повишава социалната устойчивост и съхранява местната идентичност.
- Маркетингова политика: Оптимизиране на ценовата политика и таргетиране на специфични групи, което цели икономическа ефективност на сектора.

Общината се намира в етап на активна маркетингова и технологична модернизация. Основното предизвикателство, изведено от анализа, е липсата на актуална Областна стратегия, което налага Дупница да поеме лидерска роля в Югозападния регион чрез реализацията на проекти за Интегрирани териториални инвестиции (ИТИ). Моделът на Дупница доказва, че устойчивият туризъм в урбанизирани територии зависи пряко от способността на администрацията да свърже градския комфорт с лесния и отговорен достъп до планината.

Анализът се разширява с обхвата на община Кочериново, който очертава модел на дестинация, която функционира като „входна врата“ и логистичен мост към най-значимите туристически обекти в региона (Рилския манастир и Стобските пирамиди). В ПИРО на общината се забелязва силна обвързаност между социализацията на ресурсите и тяхното стриктно опазване.

Община Кочериново заема специфично стратегическо място в района Рила-Пирин, дефинирано от нейния потенциал за развитие на специализирани форми на туризъм и близостта до обекти под защитата на ЮНЕСКО. Стратегическата рамка на общината е в пълно съответствие с националната стратегия „Туризъм 2030“, като поставя фокус върху превръщането на туризма в структурно-определящ сектор.

1. Приоритетни оси и природни забележителности: Централно място в ПИРО заема развитието на туристическата ос, свързана с природната забележителност „Стобски пирамиди“ и достъпа до Рилския манастир. Устойчивостта тук е заложена чрез:

Интегрирани нормативи: Общият устройствен план (ОУПО) предвижда правила, които едновременно гарантират социализацията (достъпа) и защитата на ландшафта и биоразнообразието.

Баланс между антропогенни и природни дадености: Общината съзнателно търси баланс, при който развитието на инфраструктурата не уврежда недвижимото културно-историческо наследство.

2. Диверсификация на туристическия продукт: Кочериново идентифицира няколко водещи ниши, които позволяват развитието на „отговорен туризъм“ с нисък екологичен отпечатък:

- Религиозен и културен туризъм: Базиран на богатото историческо минало на района.
- Активен и хоби туризъм: Велотуризъм и риболов, които насърчават алтернативното ползване на природните ресурси извън масовите потоци.

3. Географско разположение и свързаност: Благоприятното местоположение на общината се разглежда като ключова предпоставка за икономически растеж. Стратегията залага на развитие на туристическата инфраструктура, която да превърне Кочериново от транзитна територия в дестинация със собствено лице и добре платена заетост за местната общност.

Общината демонстрира подход на „предпазливо развитие“. Основното предизвикателство е да се капитализира огромният поток към Рилския манастир, без да се допусне деградация на характерния ландшафт (пирамидите). Моделът на Кочериново доказва, че в дестинации с висока степен на природна уязвимост, устойчивостта зависи от стриктното прилагане на устройствените правила и развитието на нишови, екологосъобразни дейности.

В непосредствена логическа връзка с Кочериново се разглежда и **стратегическата рамка на община Рила**, която е натоварена с управлението на територии с най-висока степен на културна, религиозна и екологична значимост. **Анализът на община Рила** разкрива парадоксален модел на дестинация, притежаваща

един от най-силните туристически магнити в България – Рилския манастир (обект под защитата на ЮНЕСКО), но същевременно изпитваща сериозни трудности в „задържането“ на туристите и монетизирането на този поток на местно ниво. В **ПИРО** на общината се наблюдава честен и критичен прочит на състоянието, в който устойчивостта се разглежда като инструмент за балансиране на доминантата на манастира с потенциала на град Рила.

Община Рила заема ключово място в Район „Рила-Пирин“, като нейната стратегическа рамка (**ПИРО 2021–2027**) е фокусирана върху превръщането на административния център (гр. Рила) в активна „отправна точка“ за културен, религиозен и екотуризъм. Устойчивостта тук се интерпретира като диверсификация на продукта, за да се избегне рискът от превръщането на общината в транзитна зона.

1. Институционален анализ и информационен дефицит: Документът откроява сериозни пропуски в управлението на дестинацията, които са критични за отговорния туризъм:

- Липса на информационна инфраструктура: Отсъствието на общински информационен център или точка прехвърля цялото информационно обслужване към Дирекцията на Природен парк „Рилски манастир“.
- Маркетингова пасивност: Анализът констатира ниско ниво на реклама, липса на печатни материали и ниска инициативност от страна на местния бизнес, което пречи на налагането на общината като единна дестинация.

2. Ресурсен потенциал и капацитет: Общината разполага с ограничена, но динамично развиваща се леглова база от 400 легла, разпределени в 20 обекта. Наблюдава се положителна тенденция в периода 2022–2024 г. с разкриването на нови къщи и стаи за гости („Горхим“, „Банковата къща“, „Ингилизовата къща“), което е индикатор за засилен интерес към социално-отговорен туризъм в малък мащаб.

3. Продуктова специализация и устойчиви ниши: Въпреки доминантата на религиозния туризъм, стратегията залага на развитието на съпътстващи форми:

- Винен туризъм: Примерът с Винарска изба „Меди Валеи“ в с. Смочево е посочен като успешен модел за добавена стойност и привличане на специфичен пазарен сегмент.

- Екотуризъм: Хижа „Рибни езера“ и дейността на ТД „Рила“ осигуряват планинския компонент на устойчивостта, насочен към природосъобразен начин на живот.

4. **Предизвикателства пред устойчивото развитие:** Най-голямото предизвикателство е преодоляването на сезонността и липсата на допълнителни услуги и анимация. Докато религиозният туризъм е целогодишен, спадът в посещенията през зимата (януари–март) налага търсенето на нови форми на атрактивност. Липсата на актуална статистика за посещаемостта (последните детайлни данни са от 2008 г.) е идентифицирана като пречка пред ефективното планиране.

Общината представлява пример за дестинация, която е „заложник“ на един световноизвестен обект. Отговорният туризъм тук изисква спешно изграждане на общински капацитет за управление и информираност, за да може огромният поток от над 1 млн. посетители годишно да бъде насочен и към местния бизнес, занаяти и природни атракции. Устойчивостта зависи от способността на гр. Рила да се утвърди като функционален център, а не просто като спирка по пътя към манастира.

Интерес за целите на разработката представлява и **стратегическият модел на община Кресна.** Анализът на Кресна очертава профил на дестинация, която преминава от модел на „транзитно преминаване“ към модел на „високотехнологичен и креативен екотуризъм“. Общината демонстрира изключително висока степен на оперативна активност, като не само планира, но и вече изпълнява мащабни трансгранични проекти, които интегрират дигитализацията с традиционните поминъци.

Община Кресна се позиционира в района „Рила-Пирин“ като лидер в прилагането на иновативни и „умни“ решения за устойчив туризъм. Нейната стратегическа рамка (**ПИРО 2021–2027**) е тясно обвързана с приоритетите на ЕС за дигитална и зелена трансформация, като акцентът е върху икономическия растеж чрез иновации.

1. Интеграция на иновациите и „Зеления преход“ (Цел 1): За разлика от много други общини, Кресна поставя дигитализацията като водещ приоритет (Приоритет 1), който пряко обслужва туристическия сектор. Устойчивостта тук се интерпретира през призмата на:

- Технологичен микс (Мярка 2): Смесване на IT сектора с туризма чрез разработване на мобилни приложения, виртуални онлайн турове и 360° разходки.

- Климатична неутралност (Приоритет 2): Инвестиции в „умни сгради“ и енергийна ефективност, които са фундаментални за изграждането на имидж на „зелена дестинация“.

2. Креативен и алтернативен туризъм (Проект „Creative DG EcoTour“): Община Кресна действа като водещ партньор в мащабен международен проект (бюджет близо 1 млн. евро), който е пряко изпълнение на заложените в ПИРО мерки. Ключови елементи на този модел са:

- Брандиране и идентичност: Създаване на дестинация „В земите на Керацудата“, която обединява туризма с лозаро-винарския сектор (Приоритет 4). Това е пример за затваряне на икономическия цикъл на местно ниво.
- Социална устойчивост: Обучението „STORYDOERS“ за младежи цели създаване на дигитални истории, което гарантира приемственост и ангажираност на новите поколения.

3. Диверсификация и ресурсна обезпеченост (Приоритет 3): Общината залага на широк спектър от туристически продукти – от балнео и СПА (минерални води) до приключенски и велотуризъм. Устойчивостта се осигурява чрез:

- Реставрация и социализация (Мярка 4): Възстановяване на религиозни обекти и включването им в културни маршрути, което подкрепя духовния стълб на устойчивостта.
- Биологично производство: Насърчаването на биопроизводството и прецизното земеделие (Приоритет 4) създава добавена стойност за „гурме“ и винения туризъм.

4. Трансгранично лидерство (Приоритет 13): Кресна се утвърждава като център на трансграничното сътрудничество (Интеррег), свързвайки териториите на България и Северна Македония в обща туристическа екосистема. Това е доказателство за високо ниво на административен капацитет и стратегическо мислене извън границите на общината.

Общината е пример за „интелигентна еко-дестинация“. Тук отговорният туризъм не е просто опазване на природата, а активна дигитализация на наследството и превръщането му в „креативен продукт“. Случаят на Кресна доказва, че малките общини могат да бъдат иноватори, като успешно съчетават местния уникален ресурс (виното

Керацуда, Кресненското дефиле) с модерните изисквания за онлайн присъствие и виртуална реалност.

Петрич е следващата община от периферията на района, чийто анализ разкрива модел на дестинация с изключителен мащаб на ресурсите, която се стреми да се трансформира от транзитен пограничен пункт в международно разпознаваем център за устойчив и интелигентен туризъм. В **ПИРО (2021–2027)** се наблюдава изключително критичен и реалистичен подход, който признава разликата между „наличен потенциал“ и „пазарна реализация“.

Община Петрич заема ключова позиция в Югозападния регион, действайки като стратегически посредник в териториалното сътрудничество между България, Гърция и Република Северна Македония. Стратегическата рамка на общината дефинира туризма като водещ икономически лост, но поставя сериозен акцент върху необходимостта от качествена модернизация и устойчиво управление.

1. Стратегическа визия и „Зеленият преход“: Визията на Петрич за периода до 2027 г. е за „устойчиво зелена, свързана и конкурентоспособна община“. Туризмът е пряко интегриран в две стратегически цели:

- Екологична устойчивост (Цел 1): Приоритет 4 изрично залага на „оползотворяване на местните ресурси в устойчива екосистема“ и скъсяване на веригите за доставка (връзка с местното био-производство и винен туризъм).
- Технологична модернизация (Цел 2): Приоритет 8 поставя дигитализацията и иновациите като задължително условие за бизнес активност, което е критично за маркетинга на дестинацията.

2. Конфликт между потенциал и капацитет (SWOT анализ): Анализът в ПИРО откроява сериозни предизвикателства пред устойчивото развитие:

- Инфраструктурен дефицит: Остър недостиг на леглова база и ниска категоризация на съществуващите обекти, което ограничава икономическия отпечатък на туризма.
- Натиск върху ресурсите: Идентифициран е силен натиск върху околната среда и риск от неустойчиво управление на ресурси като „Хераклея Синтика“, Рупите и Природен парк „Беласица“.
- Човешки ресурси: Липсата на квалифициран и мотивиран персонал е посочена като основна слаба страна.

3. Социално-икономическо въздействие и нагласи: Данните от проучванията в ПИРО са изключително ценни за изследването на отговорния туризъм, тъй като разкриват разминаване във възприятията между граждани и бизнес:

- Икономически ползи: Докато гражданите виждат в туризма шанс за нови работни места (60%), организациите се опасяват от инфлация на цените на местно ниво (65%).
- Качество на живот: Около 1/3 от организациите смятат, че туризмът може да понижи качеството на живот на местните – ясен сигнал за нужда от политики за „отговорен туризъм“, които да защитават интереса на общността.
- Приоритети за подобрение: Над 64% от респондентите посочват инфраструктурата като първи приоритет, следван от социализацията на обектите (44%).

4. Трансгранично сътрудничество и нови ниши: Петрич се развива като център за международен екотуризъм чрез съвместни проекти с Гърция и Северна Македония. Ключови ниши с потенциал за устойчив растеж са:

- Био-винарен туризъм: Базиран на „Широка мелнишка лоза“ и екологично земеделие.
- Спортен и екстремен туризъм: Трасета за планинско колоездене в Беласица.
- Културно-исторически оси: „Хераклея Синтика“ и Самуилова крепост като част от международни културни маршрути.

Общината представлява сложна туристическа система, която се опитва да премине от количествени показатели (голям трафик през ГКПП) към качествени (удължен престой и висока добавена стойност). Устойчивостта в Петрич зависи от способността на местната власт да балансира икономическия оптимизъм на гражданите с опасенията на бизнеса за ценови натиск, като същевременно инвестира в „зелена“ и дигитална инфраструктура.

Специфичен изследователски фокус изисква и община Сатовча, чиято нормативна уредба е насочена към развитието на нишови форми на алтернативен туризъм в периферните за района, но богати на автентичност територии. Анализът на община Сатовча разкрива модел на дестинация, която се намира в етап на ресурсно утвърждаване. Подобно на Гоце Делчев и Гърмен, тук туризмът не се разглежда като агресивна индустрия, а е органично вплетен в политиките за опазване на околната среда.

В **ПИРО (2021–2027)** се наблюдава ясна визия за общината като „чиста среда“, което е базова предпоставка за отговорен туризъм.

Община Сатовча се позиционира в района Рила-Пирин като територия, залагаща на симбиозата между съхранената природа и възможностите за професионална реализация. Стратегическата рамка на общината (ПИРО 2021–2027) дефинира устойчивостта чрез интегриране на екологичното равновесие с туристическия маркетинг.

1. Екологична обусловеност на туристическия продукт: В ПИРО на Сатовча туризмът е част от Приоритет 3: „Опазване на околната среда и развитие на туризма“. Този избор подчертава разбирането, че туристическият потенциал на общината е пряко зависим от състоянието на природните ресурси.

- Ресурсен мениджмънт: Мерки 3.1 и 3.2, насочени към опазване на горските и водните ресурси, се разглеждат като фундаментални инвестиции в „туристическия капитал“.
- Хигиена на средата: Мярка 3.3 (подобряване на сметосъбирането) е дефинирана като критичен фактор за добрия облик на общината, което кореспондира с „хигиенните фактори“ на устойчивостта в изследвания район.

2. Реализиране на туристическия потенциал (Мярка 3.4): Общината планира преминаване към по-активна фаза на туристическо предлагане чрез няколко ключови направления:

- Инфраструктура с нисък отпечатък: Изграждане на екопътеки и места за отдих, което цели социализация на природата без мащабни строителни интервенции.
- Съхранение на идентичността: Опазването на местното културно-историческо наследство (чешмите, античните мостове и традиции) е заложено като котва за социална устойчивост.
- Популяризиране: Акцентът върху маркетинга на местните дадености показва стремеж за привличане на специфични сегменти – екотуристи и любители на автентичната култура.

3. Социално-икономически фокус: Визията на общината обвързва туризма с професионалната реализация и бизнеса. Това е важен елемент от отговорния туризъм, тъй като цели създаването на поминък за местното население в по-периферни планински региони, намалявайки демографския натиск и миграцията.

Общината представлява модел на „консервативна устойчивост“. Тук приоритетът е първо да се гарантира чистотата и защитата на горите и водите (като базов актив), и едва след това да се надгражда с туристическа инфраструктура. За настоящото изследване Сатовча е пример за дестинация, в която екологичната устойчивост е не само условие, но и самият „продукт“, който се предлага на пазара.

В контекста на свързаността на района, **анализът преминава към община Симитли**, която заема стратегическа позиция като комуникационен възел и център за съчетаване на религиозни и екологични туристически маршрути. Анализът на община Симитли разкрива модел на дестинация, която се стреми да се позиционира като иновативен и екологичен център, капитализирайки върху своето уникално географско положение (пресечна точка на три планини и река Струма). В **ПИРО (2021–2027)** и придружаващите програми се наблюдава изключително детайлно планиране, насочено към диверсификация на алтернативните форми на туризъм и внедряване на модерни технологии.

Община Симитли следва стратегическа визия за превръщане в разпознаваема туристическа дестинация чрез устойчиво използване на ресурсите и подобряване на човешкия капитал. Стратегическата рамка е в пълен синхрон с Националната стратегия „Туризъм 2030“, като поставя акцент върху „сближаването“ – икономическо, социално и пространствено.

1. Инфраструктура и информационна осигуреност: Общината активно работи по преодоляване на дефицитите в туристическата инфраструктура. Ключов проект в това направление е изграждането на Туристически информационен център (ТИЦ) в гр. Симитли (на стойност близо 150 000 лв.).

- Роля на ТИЦ: Центърът е проектиран не само като физически обект, но и като дигитална точка за достъп до информация за културния календар, места за настаняване и маршрути.
- Специализирана инфраструктура: Изграждането на екопътека „Орлински“ (с. Ракитна) и поддръжката на „Пътеката на мечката“ (с. Сенокос) са примери за нискоенергийна намеса в природата, която подобрява достъпността до Пирин.

2. Диверсификация и алтернативен туризъм: Симитли залага на изключително широк спектър от нишови продукти, което е гаранция за икономическа устойчивост:

- Спорт и екстремни преживявания: Рафтинг и каяк по р. Струма, планинско колоездене и скално катерене.
- Балнеология: Използване на минералните извори (30°C - 60°C) за лечение на опорно-двигателния апарат – фактор за привличане на „сребърната икономика“.
- Фестивален туризъм: Традиционният кукерски фестивал „Симитлия – древната земя на кукерите“ е водещ за социалната устойчивост и съхранение на идентичността.

3. Дигитализация и „Smart“ решения: Мерките 2.8 и 6.2 в ПИРО включват авангардни за региона дейности:

- Виртуален музей и интерактивни центрове: Създаване на дигитално съдържание и приложения за добавена реалност (AR) за археологически обекти.
- Аудиогидове и мултиезичност: Инструменти за преодоляване на езиковите бариери и подобряване на преживяването за чуждестранни туристи.

4. Социален стълб и човешки ресурси: Критичен елемент в стратегията е Приоритет 1: Подобряване качеството на услугите. Общината идентифицира нуждата от подобряване на езиковата и компютърната подготовка на заетите в сектора, както и обучение на планински водачи. Това е директен отговор на предизвикателствата пред „отговорния туризъм“.

Общината представлява пример за „адаптивна дестинация“. Със скромна леглова база (40 легла в семейни хотели), Симитли се фокусира върху дневното посещение и събитийната атрактивност. Устойчивостта тук зависи от способността на общината да задържи туристите за повече от един ден чрез интегрирани продукти (напр. рафтинг сутрин и минерален плаж следобед), подкрепени от силна дигитална реклама.

Териториалната диагностика продължава с **преглед на стратегическата рамка на община Струмяни**, където отговорният туризъм се гради върху съхраняването на фолклорните традиции и развитието на автентични селски дестинации. Анализът на община Струмяни разкрива модел на дестинация в етап на стратегическо пробуждане и институционално изграждане. Струмяни се стреми да излезе от категорията „периферна община“ и да се превърне в лидер и „мотиватор“ на устойчивия туризъм, залагайки на изключително детайлна програма за периода 2024–2029 г.

Община Струмяни дефинира своята мисия като лидер в провеждането на целенасочена политика за устойчиво развитие, която обхваща целия туристически цикъл – от маркетинга до обратната връзка. Стратегическата рамка (**ПИРО 2021–2027** и

Програма за развитие на туризма 2024–2029) е насочена към утвърждаване на характерна регионална идентичност и „зелена“ икономика.

1. Текущо състояние и мониторинг: Общината признава своята „скромна“ начална позиция, но показва стремеж към професионализация на данните:

- Статистическа база: През 2023 г. са реализирани 924 нощувки, което на фона на капацитета от 132 легла (11 обекта, предимно 1 звезда) показва ниска натовареност, но и огромен потенциал за растеж.
- Система за мониторинг: Специфична Стратегическа цел 10 е изграждането на цялостна система за набиране на информация за туристопотока, което е критично за вземането на информирани управленски решения.

2. Иновации и дигитален маркетинг: Струмяни залага на масирано дигитално присъствие като инструмент за устойчивост:

- Туристически портал: Планирано е създаване на специализиран сайт с детайлни секции за природни и антропогенни забележителности, винен и спортен календар.
- Мултимедия: Изработване на телевизионни рекламни клипове и интернет спотове за популяризиране на живота в общината, насочени към борси и социални мрежи.

3. Интегриран еко и селски туризъм: Общината насочва усилията си към специфични ресурси, които гарантират нисък екологичен отпечатък:

- Социализация на вековните дървета: Уникален проект за маркиране и облагородяване на зоните около вековни дървета с еко-съобразени материали.
- Фестивали на автентичността: Дообогатяване на календара с нови събития като „Фестивал на смокинята“ и „Фестивал на нара“, които промотират местните занаяти и земеделие.
- Изкуство и природа: Илинденци се налага като арт-център (Мярка 16 – нощно осветление на скалните хълмове), съчетаващ каменоделството с природния ландшафт.

4. Партньорства и регионална свързаност: Стратегията на Струмяни е подчертано колаборативна:

- Инфотурове: Организиране на срещи с журналисти и туроператори и презентации пред хотелиери от Сандански, Петрич и Мелник.

- Трансгранично сътрудничество: Визията на ПИРО обвързва благоустрояването на населените места със социалното сближаване в трансграничния район.

Общината представлява пример за дестинация, която използва „меки“ мерки и културен софтуер, за да компенсира липсата на мащабна леглова база. Устойчивостта тук се постига чрез превръщането на традиционните поминъци (вино, плодове, каменоделство) в туристически атракции. Случаят на Струмяни доказва, че малките общини могат да постигнат висока разпознаваемост чрез тясна специализация и активни регионални партньорства, вместо чрез масов туризъм.

Интерес представлява и **община Хаджидимово.** Анализът на нормативните уредби и стратегически документи на Хаджидимово разкрива модел на дестинация, която се намира в етап на инфраструктурна и предприемаческа подготовка. В **ПИРО (2021–2027)** туризмът не е водещ икономически сектор, а се дефинира като „съпътстваща алтернатива“, която има за цел да подобри средата на живот на местното население, преди да се насочи към външните пазари.

Община Хаджидимово дефинира своята стратегия за устойчиво развитие чрез баланс между икономическия растеж и съхраняването на културните традиции. В ПИРО туризмът е интегриран в Стратегическа цел 3: „Съхраняване на околната среда и развитие на културните и туристическите дадености“, като водещ мотив е подобряването на жизнената среда на местната общност.

1. Подход „отвътре-навън“ към устойчивостта: Уникален елемент в програмата на Хаджидимово е схващането, че създаването на условия за отдих трябва първо да служи на местните жители. Устойчивостта тук се изразява в:

- Облагородяване на средата: Подобряването на градската и селищната среда се разглежда като базов актив, който впоследствие става привлекателен и за туристите.
- Социална сигурност: Туризмът се планира като инструмент за увеличаване на заетостта и генериране на приходи, които да подкрепят жизнения стандарт на населението.

2. Институционална подкрепа и предприемачество: За разлика от по-развитите дестинации, Хаджидимово залага на облекчаване на административната тежест за стартиращия бизнес:

- Стимулиране на инвестициите: Приемане на пакет от мерки за облекчаване на предприемачи, регистриращи места за настаняване – директна подкрепа за икономическия стълб на устойчивостта.
- Публично-частни партньорства: Активизирането на съвместни инициативи с бизнеса и съседните общини цели реализиране на интегрирани проекти, които общината не би могла да финансира самостоятелно.

3. Продуктова диверсификация и читалищна дейност: Общината идентифицира културно-историческото наследство и селския туризъм като основни ниши:

- Читалищата като генератор на идеи: Стратегията отрежда ключова роля на читалищата в представянето на фолклора и традициите, което гарантира съхраняването на местната идентичност.
- Нишови еко-продукти: Създаване на условия за специфични занимания като риболов и наблюдение на птици, които са нискоенергийни и щадящи природата форми на отдих.

4. Координация и индикатори за успех: Програмата залага на гъвкавост и мониторинг чрез специално формиран екип от общински служители и представители на бизнеса. Изведените индикатори (брой новосъздадени обекти, заети в сектора и участия в мрежи) показват стремеж към количествено измерване на устойчивия напредък.

Общината представлява пример за дестинация, която изгражда своите „хигиенни фактори“ за туризъм. Устойчивостта тук се възприема като процес на облагородяване на територията и стимулиране на малкия местен бизнес. За нашето изследване Хаджидимово е пример за това как една по-слабо развита дестинация може да планира „отговорен туризъм чрез овластяване на местната общност“ и читалищната мрежа.

Със своите особености се **характеризира и община Якоруда.** Анализът на общината завършва нашия преглед на 23-те общини в район „Рила-Пирин“. Якоруда представя модел на дестинация с изключително съхранена високопланинска среда, която се стреми към „икономически просперитет чрез екология“. **ПИРО (2021–2027)** дефинира туризма като средство за повишаване на доходите и ограничаване на демографския срив чрез иновативната концепция за Зона за развитие на многопрофилен туризъм.

Община Якоруда се позиционира в района като дестинация за „достоен живот чрез съвременна икономика в съхранена природна среда“. Стратегическата рамка на

общината е уникална със своя интегриран подход, който разглежда цялата територия като потенциална виртуална зона за многопрофилен туризъм.

1. Инфраструктура и пазарен профил: Данните за дейността на местата за настаняване показват устойчиво присъствие на пазара, макар и с ограничен брой обекти:

- Капацитет: Общината поддържа стабилна леглова база от около 309 легла, разположени в 2 основни обекта (към 2019 г.). Прави впечатление високият брой стаи (133), което предполага наличие на по-големи почивни бази.
- Достъпност: Якоруда е сред отличниците по отношение на социалната устойчивост, осигурявайки 9 стаи, достъпни за хора с ограничени двигателни възможности (значителен дял спрямо общия брой).
- Ефективност: Използваемостта на леглата достига 30,3% през 2019 г., което е над средното за много периферни общини в региона.

2. Зона за многопрофилен туризъм – концепция за устойчивост: Решението за обособяване на тази зона се базира на съчетаването на няколко уникални ресурса:

- „Трещеник“ – алтернатива на масовия туризъм: Курортната местност се развива като изходна точка за НП „Рила“ и европейския маршрут Е8. Фокусът е върху „чистата природа и тишината“ – директен отговор на търсенето на отговорен и спокоен отдих.
- Геотермален ресурс: Находището в м. „Баните“ (42ºС) се планира като основа за нишови СПА и уелнес услуги, които да допълват планинския профил.
- Трансгранична и регионална свързаност: Проектът „Семково – Трещеник – Нехтеница“ (съвместно с община Белица) и връзката с теснолинейката „Септември – Добринище“ са примери за интегриран регионален продукт.

3. Нови ниши и предприемачество: Якоруда планира развитие на „меки“ форми на туризъм, които изискват висока компетентност, а не мащабно строителство:

- Скаутизъм и оцеляване: Обучение в екстремни условия и планинско водачество.
- Био-икономика: Популяризиране на оригинални рецепти за преработка на горски плодове и директни продажби от населението, което затваря веригата на „отговорното потребление“.
- Културен код: Социализация на крепостта „Калята“ и насърчаване на културния обмен със съседните общини.

4. Екологичен императив: Стратегията изрично обвързва подобряването на инфраструктурата с изискванията за чиста околна среда. Използването на ВЕИ и

енергийната ефективност са заложени като условия за развитие на туризма, което минимизира антропогенния отпечатък върху високата планина.

Общината демонстрира модел на „високопланинска устойчивост“. Тук туризмът не е просто индустрия, а стратегия за оцеляване на общността чрез предлагане на „ексклузивност чрез тишина“. За настоящото изследване Якоруда е пример за това как географската отдалеченост може да се превърне в актив, ако се управлява чрез интегрирани регионални маршрути и фокус върху местните занаяти и ресурси (горски плодове, пъстървови ферми).

Цялостното проучване на общинските стратегии и програми в района дава възможност за интегриран поглед върху местните политики за развитие. Направената диагностика на стратегическата рамка разкрива няколко **критични аспекта на устойчивостта в изследвания район**, които изискват специално внимание:

1. **Институционална диференциация:** Налице е огромна пропаст между „зрелите“ дестинации (Банско, Самоков, Сандански, Сапарева баня), които управляват масов поток и внедряват дигитални иновации, и „ресурсно богатите, но административно пасивни“ общини (като Бобошево, Белово и Хаджидимово), където туризмът все още е в начална фаза на планиране.

2. **Екологичен приоритет срещу икономическа реализация:** В почти всички ПИРО опазването на околната среда е водещ приоритет. Въпреки това често липсват конкретни механизми за контрол на антропогенния натиск, а устойчивостта се разглежда предимно като „изграждане на екопътеки“, вместо като цялостно управление на ресурсите (вода, енергия, отпадъци).

3. **Дигитален преход:** Общините като Кресна, Симитли и Струмяни задават нов стандарт, интегрирайки креативни и дигитални решения (виртуална реалност, аудиогидове), което е ключов индикатор за преход към „интелигентна дестинация“.

4. **Социална устойчивост и местна общност:** Малките общини (като Гърмен, Сатовча и Якоруда) показват по-висока степен на обвързаност между туризма и традиционните поминъци (земеделие, занаяти), което е фундамент на отговорния туризъм.

В заключение, стратегическата рамка в район Рила-Пирин е силно повлияна от европейските изисквания за „зелен“ и „цифров“ преход, но нейната ефективност е ограничена от недостиг на квалифицирани кадри и остаряла базова инфраструктура. Докато общините декларират готовност за устойчиво развитие на хартия, реалната устойчивост зависи от готовността на частния сектор да припознае тези цели като свои

собствени. Налице е ясна нужда от преминаване от пасивно опазване на ресурсите към активното им управление чрез партньорства, което е заложено като цел в почти всички анализирани документи, но рядко е детайлизирано като оперативен механизъм.

Документалният анализ на общинските политики очертава „идеалния модел“ и намеренията на местната власт. За да разберем обаче доколко тези стратегии са приложими и как те се възприемат от реалните субекти, които създават туристическия продукт, е необходимо да погледнем през погледа на бизнеса.

В следващата глава ще анализираме резултатите от проведеното емпирично изследване сред представителите на туристическите предприятия в района. Ако общините са „архитектите“ на дестинацията, то бизнесът е нейният „двигател“. Техните отговори ще разкрият дали декларираната в ПИРО подкрепа достига до крайния потребител и доколко концепцията за „отговорен туризъм“ е икономически аргументирана за хотелиерите, ресторантьорите и туроператорите в район „Рила-Пирин“.

В заключение на втора глава можем да обобщим, че бе изградена цялостна методологическа рамка, която позволява обективно измерване на устойчивостта в район „Рила-Пирин“. Сравнителният анализ на международните системи за показатели потвърди, че за нуждите на настоящото изследване най-удачен е хибридният модел, съчетаващ европейската система ETIS с новите статистически изисквания за отчетност. Приложените математически подходи гарантират прецизност при определяне тежестта на индикаторите, което е от решаващо значение за стратегическото планиране.

Анализът на нормативната уредба и стратегическите документи на общините (от „ядрото“ до „периферията“) очерта една важна тенденция: съществува сериозна амбиция за устойчиво развитие „на хартия“, но е налице осезаем дефицит на оперативни механизми за нейното измерване. Бе идентифицирана т.нар. „информационна празнина“, която разделя стратегическите намерения на местната власт от реалните управленски практики.

Този теоретико-методологически фундамент поставя основата за следващия етап на разработката. Изведените хипотези и дефинираната извадка подготвят основата за емпиричната диагностика в следващата глава. Преходът към **Трета глава** ще ни позволи да преминем от анализа на документи и теории към **емпиричната диагностика на реалността**. В нея ще представим резултатите от проведените анкетни проучвания сред туристите и бизнеса в района. Ако втора глава дефинира „инструментите“ за анализ, то

в трета глава те ще бъдат приложени, за да разкрият доколко гласът на реалните субекти в дестинацията съвпада с нормативната рамка и къде точно се крият разривите, които възпрепятстват устойчивия просперитет на Рила-Пирин.

III. ТРЕТА ГЛАВА: Изследване на въздействието на отговорния туризъм върху устойчивостта на дестинацията

Докато Втора глава дефинира изследователската архитектура и инструментите за анализ, то **Трета глава представлява емпиричното ядро на дисертационния труд**. Тук теоретичните концепции и методологическите рамки се сблъскват с реалната динамика на район „Рила-Пирин“, за да превърнат хипотезите в доказани научни констатации.

Настоящата трета глава е структурирана като цялостен изследователски цикъл, който превръща теоретичните постановки в емпирични констатации и приложни решения. Изложението започва с прецизна **диагностика на предлагането**, базирана на детайлен анализ на нагласите и реалните практики на туристическия бизнес в район „Рила-Пирин“, което позволява да се освети нивото на т.нар. „скрита устойчивост“ в сектора. Успоредно с това се извършва **оценка на търсенето** чрез изследване на потребителското поведение, измерващо степента на екологична осъзнатост и готовността на туристите за реално отговорно действие в дестинацията.

Синтезът на събраните данни служи за **идентифициране на системните разриви**, локализирайки критичните информационни и инфраструктурни дефицити между очакванията на потребителите и текущите действия на бизнеса. Кулминационният момент в главата е представянето на **авторски стратегически модел за управление**, който предлага конкретни дигитални, икономически и институционални инструменти за развитие. По този начин **целта на главата** надхвърля чистата диагностика на проблемите, превръщайки суровите данни в цялостна стратегическа визия за устойчивото бъдеще на района.

3.1. Анализ на нагласите и практиките на туристическия бизнес в район Рила-Пирин

Преходът от стратегическото планиране на общинско ниво към реалната оперативна дейност на туристическите предприятия е критичен момент за оценка на ефективността на политиките за устойчивост. Както посочва доц. д-р Николай Цонев (Цонев & Янева, 2023), управлението на дестинациите не може да бъде ограничено само до административни актове; то изисква активно включване на бизнеса в процесите на вземане на решения. В район Рила-Пирин това сътрудничество е институционализирано

чрез Организацията за управление на туристическия район (ОУТР), където според проф. д-р Мариана Янева и колектив (2024), високата ангажираност на всички 23 общини е доказателство за приоритетността на сектора, но реалната добавена стойност се генерира чрез „интегрирането на регионалните подбрандове“ и привличането на висок клас туристи.

Въпреки амбициозната законова рамка, практическото прилагане на устойчиви политики се сблъсква с редица предизвикателства. В статията си „Tourism Policy and Business in Bulgaria: An In-depth Analysis“ д-р Виолета Донева-Янкулова (2024) обръща внимание на факта, че макар регулациите и данъчните облекчения (като преференциалната ДДС ставка) да подпомагат сектора, „финансовите пречки и липсата на специализирани знания“ остават сериозни бариери пред малките и средни предприятия (МСП). В същата посока, гл. ас. д-р Силвия Тодорова (2023) аргументира, че променящите се потребителски предпочитания налагат на бизнеса „преосмисляне на маркетинговите стратегии в посока на по-голяма социална ангажираност“.

Настоящият анализ на резултатите от анкетното проучване сред представители на бизнеса в района цели да установи доколко тези академични и стратегически постулати се прилагат на практика. Изследването ще разкрие дали предприемачите в район Рила-Пирин възприемат отговорния туризъм като източник на конкурентно предимство или като допълнителна административна и финансова тежест. През призмата на техните отговори ще бъде оценена реалната готовност на региона за внедряване на иновативни „зелени“ практики и дигитална трансформация, които са фундаментални за устойчивостта на дестинацията.

Социално-икономически профил на анкетираните организации

Анализът на структурата на респондентите според вида на тяхната дейност (вж. Табл. 3) разкрива отчетлива доминация на сектора на местата за настаняване, който обхваща 60.9% от извадката. Макар сравнително ниският дял на туроператорите (6.5%) и туристическите агенции (4.3%) да може да се дефинира като статистическо ограничение, този профил всъщност коректно отразява реалната икономическа конюнктура в района Рила-Пирин. В планинските дестинации местата за настаняване са основните носители на материално-техническата база и главни консуматори на природни и енергийни ресурси, което ги поставя в центъра на концепцията за устойчивост. Високата концентрация на респонденти от този сегмент позволява на изследването да се фокусира върху „ядрото“ на устойчивия туризъм – там, където

екологичните практики (управление на отпадъци, енергийна ефективност) и социалните въздействия върху местните общности са най-осезаеми.

Таблица 3: Разпределение на респондентите по вид на организацията

Вид на организацията

		Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валиден	Място за настаняване	28	60.9	60.9	60.9
	Туристическа агенция	2	4.3	4.3	65.2
	Туроператор	3	6.5	6.5	71.7
	Ресторант / заведение за хранене	6	13	13	84.8
	Друго	7	15.2	15.2	100
	Тотал	46	100	100	

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

В съвременното хотелиерство концепцията за устойчивост вече не е просто етичен избор, а задължителен бизнес модел. В статията си „Устойчив туризъм и отговорно хотелиерство“ доц. д-р Ася Панджерова (2024) дефинира отговорното хотелиерство като „интегрален подход, който цели баланс между икономическото развитие, социалното благополучие и опазването на околната среда“. Тя подчертава, че внедряването на принципите на кръговата икономика и интелигентното управление на ресурсите (енергия, води, отпадъци) е „ключов елемент за създаване на дълготрайна стойност и позитивен имидж“.

Таблица 4: Разпределение на респондентите по големина на бизнеса

Големина на бизнеса

		Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валиден	Малък (до 10 служители)	31	67.4	67.4	67.4
	Среден (10-50 служители)	10	21.7	21.7	89.1

	Голям (над 50 служители)	5	10.9	10.9	100
	Тотал	46	100	100	

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Оперативен капацитет и пазарен опит на изследваните организации

Допълнителните характеристики на респондентите по отношение на техния мащаб и пазарен стаж (вж. Таблица *Големина на бизнеса* и Таблица *Колко години Вашият бизнес е активен*) допълват профила на устойчивото предлагане в региона. Данните показват отчетлива доминация на малките предприятия (до 10 служители), които съставляват 67.4% от извадката, следвани от средните предприятия (21.7%). Този профил е типичен за структурата на туристическия продукт в район Рила-Пирин, където семейният бизнес и малките места за настаняване формират автентичния облик на дестинацията. Изключително важен за изследването е показателят за пазарен опит – над две трети от организациите (60.9%) са активни в сектора повече от 10 години. Комбинацията от малък мащаб и дългогодишно присъствие е ключова: тя доказва, че устойчивите практики в региона не се налагат „отгоре“ от големи корпоративни структури, а са резултат от еволюцията и зрелостта на местните предприемачи. Както посочва проф. д-р Мариана Янева (2025), дългосрочното присъствие на пазара е индиректен атестат за устойчивост, тъй като тези бизнеси са развили капацитет за адаптация и по-висока степен на отговорност към съхранението на природния ресурс, от който пряко зависи техният успех.

Таблица 5: Разпределение на респондентите по възраст на бизнеса

Колко години Вашият бизнес е активен в туристическия сектор?

		Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валиден	Под 1 година	3	6.5	6.5	6.5
	1-5 години	10	21.7	21.7	28.3
	6-10 години	5	10.9	10.9	39.1
	Над 10 години	28	60.9	60.9	100
	Total	46	100	100	

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Възприятия и нагласи

Анализът на зависимостта между големината на бизнеса и възприетото значение на отговорния туризъм (Таблица Q3*Q5) показва интересен тренд. Въпреки че Chi-square тестът (p=0.575) не отчита статистическа значимост (т.е. нагласите са сходни независимо от размера), средният бизнес (10-50 служители) се отличава с най-висок интензитет на убеденост – 70% го определят като „изключително важно“. Малкият и средният бизнес са ядрото на „отговорността“ в района. Това потвърждава тезата на проф. д-р Мариана Янева за „локалния фокус“ като основа на гостоприемството. Малките предприятия не възприемат устойчивостта като корпоративен стандарт, а като естествен начин за оцеляване и автентичност.

Таблица 6: Зависимост между големината на бизнеса и възприятието за отговорен туризъм

			Как оценявате значението на отговорния туризъм за Вашия бизнес?			Тотал
			Изключително важно	Важно	Няма съществено значение	
Големина на бизнеса	Малък (до 10 служители)	Брой	17	11	3	31
		% в рамките на Големина на бизнеса	54.80%	35.50%	9.70%	100.00%
	Среден (10-50 служители)	Брой	7	3	0	10
		% в рамките на Големина на бизнеса	70.00%	30.00%	0.00%	100.00%
	Голям (над 50 служители)	Брой	2	3	0	5
		% в рамките на Големина на бизнеса	40.00%	60.00%	0.00%	100.00%
Тотал		Брой	26	17	3	46
		% в рамките на Големина на бизнеса	56.50%	37.00%	6.50%	100.00%

Хи-квадрат тестове

	Стойност	ст. св.	Асимпт. знач. (двустранна)
Хи-квадрат на Пиърсън (chi^2)	2.898[a]	4	0.575
Коефициент на подобие	3.713	4	0.446
Линейно-линейна асоциация	0.121	1	0.728
Брой валидни случаи N	46		

Забележка: а. 6 клетки (66.7%) имат очаквана честота (expected count), по-малка от 5. Минималната очаквана честота е 0.33.

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Практическа реализация и инвестиции

Данните за направените инвестиции (Q9) разкриват приоритетите на бизнеса. Водещи са енергийно ефективните уреди и осветление (77.5%), следвани от соларните панели (50%). Инвестициите са насочени предимно към мерки, които носят директна икономическа полза (намаляване на сметките за ток). В същото време системите за управление на водата и отпадъците са едва на 25%.

Тук се вижда разривът, за който пише проф. Великова (2019) – бизнесът инвестира в „технологична устойчивост“ (енергия), но пренебрегва „екологичното планиране“ (води и отпадъци), което е критично за дългосрочното запазване на природния ресурс на дестинация Рила-Пирин.

Таблица 7: Разпределение на инвестициите, направени от бизнеса

Честотно разпределение на инвестициите в устойчиви практики

		Отговори		Процент от респондентите
		Брой	Процент	
Инвестиции[a]	Соларни панели или възобновяема енергия	20	26.00%	50.00%
	Енергийно ефективни уреди и осветление	31	40.30%	77.50%
	Системи за управление на водата и отпадъците	10	13.00%	25.00%
	Програми за обучение на персонала в устойчиви практики	16	20.80%	40.00%
Тотал		**77**	**100.00%**	**192.50%**

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Влияние на пазарния опит върху интензитета на социална ангажираност

Анализът на връзката между пазарния стаж на организациите и степента на тяхното взаимодействие с местната общност (вж. Табл. 8) разкрива модела на „еволюция на отговорността“ в дестинацията.

1. Етап на навлизане (Бизнеси под 1 година): Всички нови предприятия в извадката (**100%**) се фокусират изключително върху „предоставяне на работни места за

местни жители“. В началната си фаза бизнесът в Рила-Пирин изпълнява своята социална роля предимно като работодател, което е критично за икономическото оцеляване на по-малките общини в района.

2. Етап на утвърждаване (Бизнеси над 6 и над 10 години): С нарастване на пазарния опит се наблюдава качествено изместване към по-сложни форми на сътрудничество. При бизнесите със стаж над 10 години виждаме най-висок интензитет на „активно сътрудничество с местни производители“ (6 случая) и „подкрепа за културни инициативи“ (5 случая). Това доказва, че дългогодишното присъствие в района създава устойчиви неформални мрежи и по-дълбоко разбиране за нуждите на местната общност. Утвърденият бизнес в Рила-Пирин вече не е само „източник на доходи“, а се превръща в „интегратор“ на местната икономика.

3. Социалната свързаност като конкурентно предимство: Фактът, че едва 4 организации от общо 44 (под **10%**) заявяват, че не работят активно с местната общност, е изключителен атестат за социалната устойчивост на района. Този резултат подкрепя тезата на проф. д-р Мариана Янева, че в планинските региони социалният капитал е по-силен от технологичния. Автентичността на „Бранд България“ в тези общини се крепи именно на тази органична връзка между стария бизнес и местния производител.

Този резултат ни дава право да предложим „Програма за менторство“ за района, в която новите бизнеси (под 5 г.) да получат насоки как да преминат от „просто работодател“ към „активен партньор на общността“. Това може да се случва със съдействието на утвърдените бизнеси (над 10 г.), които вече имат ноу-хау как да работят с местните производители.

Таблица 8: Връзка между опита на бизнеса и колаборацията с местната общност

Връзка между продължителността на дейността и формите на взаимодействие с местната общност

		В каква степен работите с местната общност?				
		Активно сътрудничество с местни производители и доставчици	Подкрепа за социални и културни инициативи	Предоставяне на работни места за местни жители	Не работим активно с местната общност	Тотал
Колко години Вашият бизнес	Под 1 година	0	0	3	0	3
	1-5 години	1	2	6	1	10

е активен в туристическия сектор?	6-10 години	2	1	2	0	5
	Над 10 години	6	5	12	3	26
Общо		9	8	23	4	44

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Специфика на предизвикателствата според профила на туристическата дейност

Анализът на разпределението на бариерите спрямо вида на организацията (вж. Табл. 9) позволява да се дефинират специфични „проблемни зони“ за различните сектори в район Рила-Пирин.

1. Институционалният дефицит като системен проблем: Данните показват, че „липсата на подкрепа от институциите“ е най-често срещаното предизвикателство при основните доставчици на услуги: местата за настаняване (9 случая), туроператорите (2 от 3 случая) и ресторантите (3 от 6 случая).Това доказва, че институционалната бариера не е случайна, а системна. Тя засяга целия „гръбнак“ на туристическата индустрия в региона, което налага извода, че без промяна в политиките на местната и централната власт, индивидуалните усилия на бизнеса ще останат ограничени.

2. Тежестта на физическите активи (Хотели и Ресторанти): Почти всички респонденти, посочили „високи първоначални разходи“, са представители на местата за настаняване и заведенията за хранене.Това е логично отражение на факта, че устойчивостта при тях е свързана с материални инвестиции (ВЕИ, пречиствателни системи, енергоспестяващи уреди). За тези сектори икономическата бариера е реална пречка за технологична модернизация.

3. Информационната бариера при съпътстващите дейности: Прави впечатление сегментът „Друго“ (вероятно информационни центрове, атракции или занаятчии), където 6 от 7 респондента посочват „ниска информираност на клиентите“ като основен проблем. За по-малките и специализирани дейности в Рила-Пирин устойчивостта зависи пряко от маркетинга и културата на туриста. Този резултат кореспондира със следващите ни изводи за нуждите от дигитална комуникация в социалните мрежи.

4. Парадоксът на „липсата на затруднения“: Всички 6 организации, които заявяват, че „нямат затруднения“, са места за настаняване. Това вероятно са обекти,

които или вече са преминали процеса на сертифициране, или прилагат базови устойчиви практики, които не изискват мащабни нови инвестиции.

Таблица 9: Връзка на вида организация с предизвикателствата, които среща

Предизвикателства пред прилагането на устойчиви практики според вида на организацията

		Срещате ли предизвикателства при прилагането на устойчиви практики?				
		Да, високи първоначални разходи	Да, липса на подкрепа от институциите	Да, ниска информираност на клиентите	Не, нямаме затруднения	Тотал
Вид на организацията	Място за настаняване	5	9	7	6	27
	Туроператор	1	2	0	0	3
	Ресторант / заведение за хранене	2	3	1	0	6
	Друго	0	1	6	0	7
Общо		8	15	14	6	43

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Прилагане на принципите на отговорния туризъм от бизнес субектите в район Рила-Пирин

Анализът на честотното разпределение на прилаганите принципи на отговорния туризъм (Табл. 10) показва сериозна доминанта на социалния стълб на устойчивостта пред екологичния и технологичния.

Таблица 10: Степен на прилагане на принципите на отговорния туризъм от бизнес субектите в район Рила-Пирин (в % от респондентите)

Честотно разпределение на прилаганите принципи на отговорния туризъм				
		Отговори		Процент от респондентите
		Брой	Процент	
Прилагани_принципи[a]	Намаляване на пластмасовите отпадъци и рециклиране	22	17.90%	47.80%
	Използване на енергийно ефективни технологии	24	19.50%	52.20%

	Подкрепа за местната общност (местни продукти, наемане на местни служители)	42	34.10%	91.30%
	Запазване на културното наследство и природните ресурси	29	23.60%	63.00%
	Намаляване на въглеродния отпечатък (устойчив транспорт, възобновяема енергия)	6	4.90%	13.00%
Общо		123	100.00%	267.40%

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

1. Лидерство на социалната устойчивост (91.3%): Най-висок процент от анкетираните бизнеси (91.3% от случаите) посочват като свой приоритет „Подкрепа за местната общност“ (използване на местни продукти и наемане на местни кадри).

Този резултат е пряко потвърждение на тезата, заложена в Монографията на УНСС (Цонев & Янева, 2023), че „участието на местните заинтересовани страни е в основата на социалната устойчивост“. Данните силно подкрепят нашата **Хипотеза Н4 (Социална устойчивост)**, доказвайки, че бизнесът в Рила-Пирин е органично свързан с местната среда.

2. Културно и природно наследство (63.0%): Вторият най-често прилаган принцип е опазването на ресурсите.

Това кореспондира с анализа на общинските програми (ПИРО), където видяхме, че почти всички 23 общини залагат на „специфичното природно и културно-историческо наследство“. Тук бизнесът и властта говорят на един език.

3. Екологични и технологични дефицити (52.2% и 47.8%): Енергийната ефективност и рециклирането се прилагат от около половината от респондентите.

Резултатите потвърждават твърденията на доц. д-р Ася Панджерова (2024) , която посочва, че „внедряването на устойчиви практики често изисква значителни първоначални инвестиции“. Фактът, че само половината бизнеси пестят енергия, вероятно се дължи на финансовите бариери, за които говори и д-р Донева-Янкулова.

4. Критично ниски нива на устойчивия транспорт (13.0%): Едва 13% от бизнесите работят по намаляване на въглеродния отпечатък чрез устойчив транспорт.

Това е най-слабото звено в региона. Изследванията на проф. д-р Великова от 2019 година (2019) показват, че за българските курорти е критично важно да преминат към устойчиви транспортни практики, за да отговорят на изискванията на ЕС за чистота на атмосферния въздух и устойчиво развитие. Тя заключава, че *„Постигането на устойчиво развитие на българските курорти е под въпрос, докато не се предложат ефективни мерки за намаляване на вредното въздействие от транспорта.“* А нашите данни доказват, че бизнесът в Рила-Пирин все още не е припознал транспорта като своя отговорност.

Този общ профил на района обаче се променя значително, когато сегментираме данните по тип дестинация. В следващата точка ще проверим дали урбанизираните центрове като Благоевград и Банско показват по-високи нива на енергийна ефективност в сравнение с природно-ориентираните общини (Хипотеза H3).

Групиране на общините в район Рила-Пирин на градски и природни дестинации

С цел по-задълбочено изследване на факторите, влияещи върху отговорното поведение на бизнеса, дестинациите в района Рила-Пирин са сегментирани в две основни групи въз основа на техния географски и функционален профил: урбанизирани центрове (обхващащи развити туристически ядра с висок капацитет на легловата база като Банско, Сандански, Благоевград и Разлог) и природно-ориентирани дестинации (включващи по-малки общини с преобладаващ еко, селски и планински туризъм). Анализът на груповите статистики (вж. Табл. 11 Group Statistics) показва, че по-голямата част от респондентите (N=32) оперират в силно урбанизирана среда, което отразява концентрацията на масовия туризъм в района. Прави впечатление обаче, че средният брой прилагани устойчиви практики е почти идентичен в двете групи – 2.69 за градските дестинации срещу 2.57 за природните. Тази минимална разлика от 0.12 единици подсказва, че стремежът към устойчивост в региона не е изолирано явление, характерно само за „зелените“ ниши, а се превръща в споделен стандарт и за големите градски центрове. Това налага извода, че интензитетът на отговорното поведение в района Рила-Пирин се диктува по-скоро от пазарните изисквания и вътрешната мотивация на предприемачите, отколкото от специфичния териториален контекст на дестинацията.

Таблица 11: Групиране на дестинациите на градски и природни места

Групова статистика

	Тип_дестинация (Градска_vs_Природна	Брой	Средна ст-ст (M)	Стандартно отклонение (SD)	Стандартна грешка
Общ брой практики	Градска дестинация	32	2.6875	1.22967	0.21738
	Природна дестинация	7	2.5714	0.9759	0.36886

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Резултатите от нашия t-тест са изключително интересни от академична гледна точка. Въпреки че първоначалната ни Хипотеза H3 предполагаше значима разлика, получените данни показват нещо различно, което изисква внимателна и задълбочена интерпретация в нашия научен труд.

1. Статистически прочит на данните:

- Средни стойности (Means): Градските дестинации имат средно 2.69 практики, а природните – 2.57. Разликата е минимална (0.12).
- Тест на Левън (Levene's Test): Стойността Sig. = 0.519 е над 0.05, което означава, че вариациите в двете групи са сходни и гледаме първия ред на таблицата (*Equal variances assumed*).
- Значимост (Sig. 2-tailed): Стойността е 0.817. Тъй като тя е много по-голяма от критичното ниво 0.05, разликата между двете групи не е статистически значима.

2. Заключение за хипотезата

Хипотеза H3 не се потвърждава. Данните сочат, че в изследвания район Рила-Пирин типът на дестинацията (урбанизирана или природна) не е определящ фактор за броя на прилаганите устойчиви практики от бизнеса.

Резултатите от проведения независим t-тест (t=0.233, p=0.817) показват, че не съществува статистически значима разлика в нивата на отговорно поведение между общините с урбанизиран профил и тези с преобладаваща природна ориентация. Този

извод е до известна степен изненадващ в контекста на теоретичната рамка на Великова(Великова, 2020), която подчертава значението на териториалното планиране.

Липсата на разлика може да се обясни с факта, че в район Рила-Пирин икономическите центрове (като Банско и Сандански) са подложени на силен международен натиск за устойчивост, което компенсира техния урбанизиран характер. В същото време, малкият брой респонденти от природните дестинации (N=7) е ограничение, което налага предпазливост при финалните изводи, но е индикатор, че бизнесът в периферните зони полага сходни усилия за устойчивост, въпреки по-ограничените си ресурси.

Сравнителен анализ на предизвикателствата: Градски срещу Природни дестинации

Въпреки че общият брой на прилаганите устойчиви практики е сходен, естеството на бариерите пред бизнеса се различава коренно според териториалния обхват на дестинацията (вж. Табл. 12). Проведеният Chi-square тест потвърждава наличието на значима зависимост между типа дестинация и вида на изпитаните затруднения (chi^2 = 11.623, p = 0.009).

Таблица 12: Връзка между типа на дестинацията и предизвикателствата, които среща

Предизвикателства пред устойчивите практики според типа дестинация

		Срещате ли предизвикателства при прилагането на устойчиви практики?				Общо
		Да, високи първоначални разходи	Да, липса на подкрепа от институции	Да, ниска информираност на клиентите	Не, нямаме затруднения	
Тип_дестинация	Градска дестинация	7	12	9	2	30
	Природна дестинация	0	1	2	4	7
Общо		7	13	11	6	37

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Таблица 13: Chi-Square тест за зависимост между типа дестинация и вида на изпитаните затруднения

Chi-Square Tests

	Стойност	ст. св. (df)	Асимпт. знач. (двустранна)
Хи-квадрат на Пиърсън (chi^2)	11.623[a]	3	0.009
Коефициент на подобие	10.773	3	0.013
Линейно-линейна асоциация	8.791	1	0.003
Брой валидни случаи (N)	37		

Забележка: а. 5 клетки (62.5%) имат очаквана честота, по-малка от 5. Минималната очаквана честота е 1.14.

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

1. Институционалният натиск в градските центрове:

В урбанизираните дестинации (Банско, Благоевград, Сандански) най-голям дял от бизнеса (40%) посочва „липсата на подкрепа от институциите“ като основен проблем. Това доказва, че в големите туристически центрове административната тежест е най-осезаема. Изследваният район Рила-Пирин се явява териториална единица, в която „конкуриращото се използване на ресурсите“ поставя на изпитание принципите на устойчивото развитие. Данните от настоящото изследване показват, че местният бизнес все още среща трудности при балансирането между икономическия растеж и екологичното планиране, за което и проф. д-р Великова алармира в своя труд от 2020 (2020). В градските зони интересите са по-сблъскващи се и регулациите – по-тромави, което обяснява защо бизнесът там се чувства пренебрегнат от институциите.

2. Икономическата бариера в градовете:

Всички респонденти, посочили „високи първоначални разходи“ (7 души), са от градските дестинации. В природните зони нито един бизнес не е посочил разходите като водещ проблем. Това предполага, че устойчивостта в градовете е свързана с по-скъпи технологични решения (енергийна ефективност, пречиствателни системи), докато в природните зони тя е по-скоро социално и ресурсно ориентирана (местни продукти).

3. „Хармонията“ в природно-ориентираните зони:

Най-поразителният резултат е, че 57.1% от бизнесите в природните дестинации (Група 2) заявяват, че „нямат затруднения“. Това е фундаментален извод за нашата дисертация. Той показва, че моделът на „отговорния туризъм“ се вписва много по-естествено и безболезнено в малките, екологично ориентирани общини (напр. Белица, Сатовча). Това подкрепя визията на проф. д-р Мариана Янева (2025) за „автентичността“ като част от Бранд България. В природните дестинации устойчивостта е начин на живот, а не скъпа технологична добавка. Въпреки малкия обем на подгрупата на природните дестинации, отчетливата тенденция и високата статистическа значимост (p=0.009) дават сериозно основание за извода, че институционалният натиск е специфичен проблем за урбанизираните туристически центрове.

Синтез на Хипотеза H3: Макар първоначалната Хипотеза H3 (за разлика в нивата на прилагане) да не бе потвърдена от t-теста, настоящият анализ разкрива дълбока структурна разлика в оперативната среда. Градските дестинации се борят с „институционална глухота“ и високи разходи, докато природните зони се развиват по-устойчиво и с по-малко административни конфликти.

Анализ на бариерите пред внедряването на устойчиви практики в района Рила-Пирин

Резултатите от изследването на предизвикателствата, пред които е изправен туристическият бизнес (вж. Табл. 14), разкриват сложна картина на взаимодействието между частния сектор, държавните институции и крайните потребители.

1. Дефицит на институционална подкрепа (34.9%): Най-голям дял от респондентите (34.9%) посочват „липсата на подкрепа от институциите“ като основна пречка. Това е ясен индикатор за разминаване между стратегическите цели, заложени в ПИРО на общините в района, и реалното им оперативно изпълнение. Въпреки че местната власт декларира устойчивостта като приоритет, бизнесът не усеща конкретни механизми за подпомагане. Този резултат потвърждава критиката на гл. ас. д-р Виолета Донева-Янкулова (2025), че „неефективното управление на дестинациите и липсата на координация между институциите остават сериозни предизвикателства“. Липсата на работещи публично-частни партньорства (ПЧП), за които апелира и проф. д-р Мариана Янева, се явява основният „убиец“ на устойчивите инициативи в региона.

2. Предизвикателството на „неинформирания турист“ (32.6%): Близо една трета от бизнесите (32.6%) се сблъскват с „ниска информираност на клиентите“.

Този резултат е ключов за нашата Хипотеза H1 – Съществува пряка зависимост между степента на информираност на туристите за концепцията за отговорния туризъм и тяхната склонност да практикуват устойчиво поведение. Той доказва, че дори бизнесът да има воля за отговорни практики, той се опасява, че те няма да бъдат оценени или разбрани от потребителите. Това оправдава нуждата от нов подход към „Бранд България“ и специфичните ПР послания, за които пише проф. Янева (2025). Без агресивна маркетингова кампания, която да образова туриста, усилията на бизнеса остават изолирани.

Таблица 14: Срещате ли предизвикателства при прилагането на устойчиви практики? (Q10)

Срещате ли предизвикателства при прилагането на устойчиви практики? (Q10)

		Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валиден	Да, високи първоначални разходи	8	17.4	18.6	18.6
	Да, липса на подкрепа от институциите	15	32.6	34.9	53.5
	Да, ниска информираност на клиентите	14	30.4	32.6	86
	Не, нямаме затруднения	6	13	14	100
	Общо	43	93.5	100	
Липсващи ст-сти	Системни	3	6.5		
Общо		46	100		

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

3. Икономически бариери и инвестиционен риск (18.6%): Макар финансовият фактор често да се счита за водещ, в настоящото изследване „високите първоначални разходи“ са на трето място (18.6%). Това показва, че проблемът в Рила-Пирин не е само в липсата на пари, а по-скоро в липсата на сигурност и знание. Както е посочено в Монографията „Развитие на туристическите райони в България чрез моделиране на иновативни подходи при специализирани видове туризъм“ (Цонев & Янева, 2023), внедряването на иновативни модели изисква „стратегическо управление на инвестициите“. Сравнително ниският дял на този отговор (в сравнение с институционалния проблем) подсказва, че бизнесът би инвестирал, ако имаше по-добра подкрепа и по-осъзнати клиенти.

4. Оптимистичният сегмент (14.0%): Едва 14% от анкетираните не срещат никакви затруднения. Вероятно това са по-големите, вече сертифицирани обекти, които разполагат с ресурс да управляват процесите самостоятелно.

След анализа на най-честите бариери и предизвикателства пред бизнеса за устойчиви практики и политики трябва да разгледаме и нуждите от институционална подкрепа, за да проследим как биха могли да се преодолеят част от бариерите.

Таблица 15: Очаквани мерки за държавна подкрепа при прилагането на устойчиви практики

Честотно разпределение на очакваната подкрепа от правителството

		Отговори		Процент от респондентите
		Брой	Процент	
Подкрепа_ правителство[a]	Финансови стимули и субсидии	29	38.20%	64.40%
	Облекчени регулации за устойчиви бизнеси	27	35.50%	60.00%
	Повече информационни и обучителни програми	20	26.30%	44.40%
Общо		76	100.00%	168.90%

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Анализът на предпочитаните форми на държавна подкрепа (вж. Табл. 15) разкрива, че бизнесът в район Рила-Пирин очаква комплексен подход, съчетаващ финансови, административни и образователни инструменти.

1. Финансови стимули като основен лост (64.4% от случаите): Почти две трети от анкетираните (64.4%) поставят на първо място нуждата от финансови стимули и субсидии. Това директно кореспондира с бариерата „високи първоначални разходи“, която обсъдихме по-рано. Бизнесът не очаква просто „помощи“, а инвестиционни инструменти, които да намалят риска при внедряване на „зелени“ технологии. Този резултат подкрепя тезата на гл. ас. д-р Виолета Донева-Янкулова(Донева-Янкулова,

2025) за необходимостта от „специализирани финансови механизми, насочени към устойчивост“.

2. Административна реформа и облекчени регулации (60.0%): Изключително висок процент от бизнесите (60%) настояват за регулаторни облекчения. Това показва, че сегашната нормативна уредба (Закон за туризма, категоризации и т.н.) се възприема като тежест, която не отчита спецификите на устойчивия бизнес. Както посочва проф. д-р Еленита Великова (2020) в своя анализ на екологичното планиране, „административните бариери често възпрепятстват иновативното териториално развитие“. Твоите данни доказват, че бизнесът в Рила-Пирин се чувства притиснат от бюрокрацията.

3. Ролята на знанието и обучението (44.4%): Въпреки че е на трето място, делът на желаещите информационни и обучителни програми (44.4%) е значителен. Това е признание от страна на бизнеса, че му липсва ноу-хау за управление на отговорния туризъм. Ролята на обучението е подкрепена и от авторите на Монографията на катедра Икономика на туризма при УНСС (Цонев & Янева, 2023), където се подчертава, че „иновативните подходи изискват нови компетенции и квалификация на кадрите“. Липсата на такива програми, организирани от държавата или общините, е сериозен пропуск в управлението на дестинацията.

Сътрудничество и социална устойчивост

Последната стъпка в емпиричния анализ е проверката на зависимостта между степента на взаимодействие на бизнеса с местната общност и цялостния обем на прилаганите отговорни практики. Проведеният корелационен анализ на Спирман (вж. Табл. 16) показва липса на статистически значима връзка между двете променливи (Rho = 0.039, p = 0.800).

1. Отхвърляне на Хипотеза H4:

Данните сочат, че в район Рила-Пирин активното сътрудничество с местната общност (наемане на кадри, закупуване на местни продукти) не води автоматично до по-висока ангажираност с екологични или технологични устойчиви практики. С други думи, социалната отговорност и екологичната устойчивост в региона функционират като паралелни, но не интегрирани процеси.

Таблица 16: Зависимост между степента на взаимодействие на бизнеса с местната общност и прилаганите отговорни практики

Корелационен анализ на Спирман между устойчивите практики и работата с общността

			Общ брой устойчиви практики	В каква степен работите с местната общност?
Корелация на Спирман	Общ брой практики	Коефициент на корелация	1	0.039
		Значимост (2-tailed)	.	0.8
		Брой	46	44
	В каква степен работите с местната общност?	Коефициент на корелация	0.039	1
		Значимост (2-tailed)	0.8	.
		Брой	44	44

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

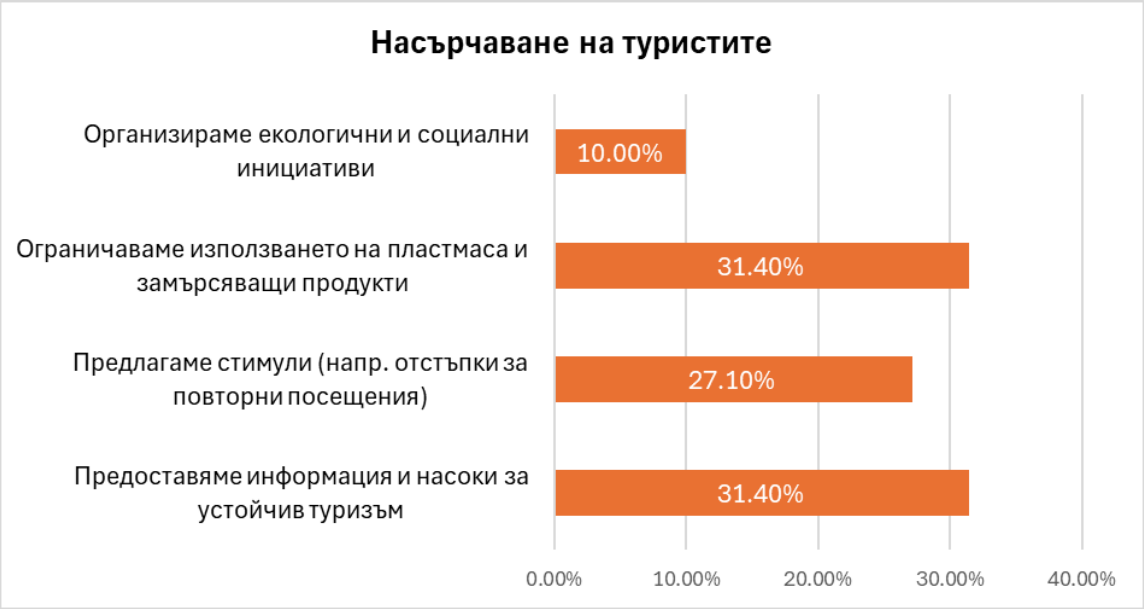
Въпреки очакванията, че по-тясната връзка с местната общност води до по-висока обща устойчивост, данните показват нещо различно: Корелационният коефициент е едва 0.039, а значимостта (Sig. = 0.800) е далеч над границата от 0.05. Този резултат, макар и неочакван на фона на Монографията на УНСС, разкрива специфичен проблем на дестинацията:

- „Традиционна“ срещу „Модерна“ устойчивост: Подкрепата за местната общност (която в предходния анализ видяхме, че е над 91%) вероятно се възприема от бизнеса като „традиционен начин на работа“ или икономическа необходимост, а не като част от съвременната концепция за „отговорен туризъм“.
- Фрагментация на политиките: Липсата на корелация потвърждава тезата на гл. ас. д-р Виолета Донева-Янкулова за липсата на „интегрирани стратегически насоки“. Бизнесът прави „добри неща на парче“ – помага на местните, но не инвестира в соларни панели; или пести енергия, но не се интересува от културното наследство.

Резултатът подчертава извода на проф. д-р Мариана Янева (2025), че визията за четирисезонна дестинация изисква „нова мисия и послания“. В момента в Рила-Пирин имаме „социално гостоприемство“, но ни липсва „устойчива екосистема“.

Насърчаване на туристите: От информация към пасивност

Начинът, по който бизнесът комуникира с туристите, е предимно пасивен. Най-висок е делът на предоставянето на информация (31.4%) и ограничаването на пластмасата (31.4%). Едва 10% организират екологични и социални инициативи.



Фигура 8: Как бизнесът комуникира с туристите

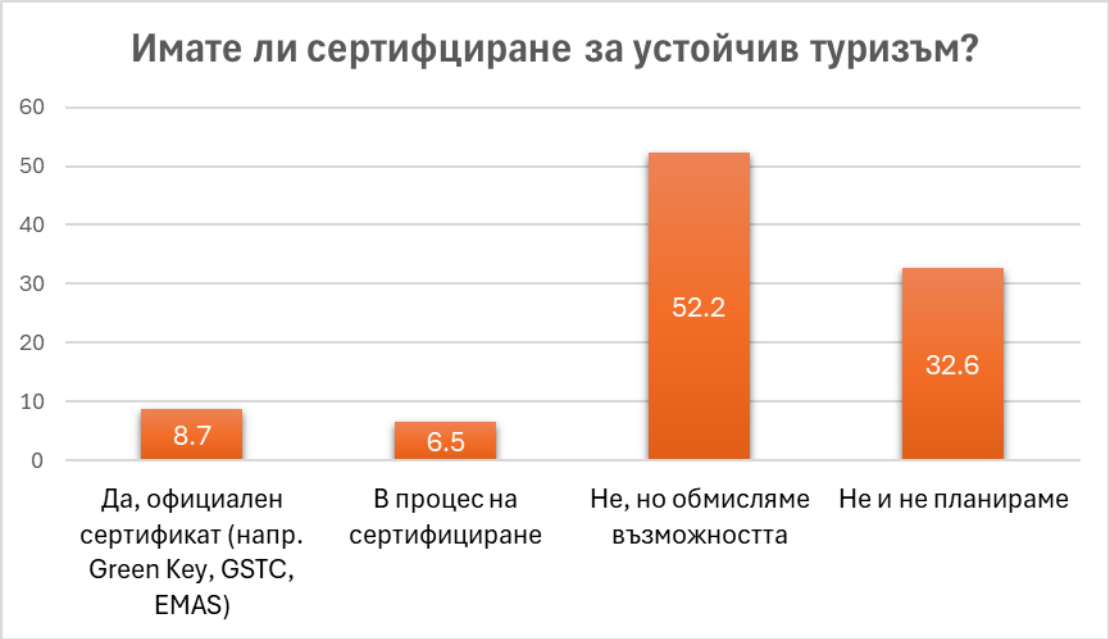
Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Бизнесът по-скоро „информира“ туриста, но не го „въвлича“ активно в преживяване. Това обяснява защо в предходния ни анализ бизнесът се оплакваше от „ниска информираност на клиентите“. Както посочва проф. Янева, липсват „сензорни изживявания“ и силни ПР послания, които да превърнат туриста от наблюдател в активен участник в устойчивия модел.

Реалността на сертифицирането: Огромната „сива зона“

Честотната таблица за сертификатите (Q8) е най-силният доказателствен материал за „зрелостта“ на сектора. Само 8.7% притежават официален сертификат (Green Key, GSTC и др.). Най-голямата група (52.2%) са тези, които „обмислят възможността“. Налице е огромна пропаст между декларираната важност (над 90% казват, че е важно) и формалното признание. Това е подкрепено от извода на Донева-Янкулова (Doneva-Yankulova, 2024), че административните бариери и липсата на институционална подкрепа спират бизнеса от финализиране на процеса по устойчивост.

Район Рила-Пирин има „устойчив потенциал“, но все още няма „устойчива легитимация“.



Фигура 9: Наличие на зелен сертификат за устойчивост

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред бизнеса

Обобщен профил на отговорното бизнес поведение в район Рила-Пирин

Резултатите от емпиричното изследване позволяват да се синтезира финалният портрет на туристическия бизнес в дестинацията, базиран на четири стратегически измерения:

1. Основен двигател – Гъвкавостта на МСП: Устойчивостта в района Рила-Пирин се крепи върху капацитета на малкия и средния бизнес (67.4% малки предприятия). Тези организации, макар и с ограничен инвестиционен ресурс, притежават висока адаптивност и дългосрочна пазарна устойчивост (над 60% със стаж над 10 години), което ги прави ключов фактор за стабилността на дестинацията.

2. Двупластова мотивация – Прагматизъм и Локалност: Мотивите за прилагане на отговорни практики са силно диференцирани. От една страна, те са икономически прагматични, насочени към редуциране на оперативните разходи чрез енергийна ефективност (77% от инвестициите). От друга страна, те са органично свързани с територията, проявявайки се чрез висока социална ангажираност и осигуряване на заетост за местното население, което е в основата на социалния стълб на устойчивостта.

3. Критични дефицити – Сертификация и Комуникация: Основната слабост на бизнес модела е липсата на формална верификация (екосертификати) и пасивният подход в маркетинга на устойчивостта. Налице е сериозен разрив в комуникацията: бизнесът реализира екологични мерки, но не успява да ги превърне в конкурентно предимство чрез активна работа с туриста и дигитално присъствие.

4. Стратегическа нужда – Институционален катализатор: Анализът доказва, че бизнесът в района се намира в състояние на „изчаквателна готовност“. Преходът от пасивно обмисляне към реална технологична и екологична модернизация е блокиран от липсата на институционална подкрепа. Необходима е целенасочена държавна и общинска намеса, която да предложи не само финансови облекчения, но и административно партньорство.

В обобщение, бизнес секторът в район Рила-Пирин демонстрира висока вътрешна зрялост, но ниска системна интеграция. Устойчивото развитие на дестинацията изисква трансформация на индивидуалните усилия на малките фирми в координирана регионална политика за отговорен туризъм. Бизнесът в район Рила-Пирин е готов за трансформация, но очаква държавата да поеме ролята на улесняващ фактор, а не само на контролен орган. Докато в ПИРО на общините се акцентира върху инфраструктурни проекти, бизнесът в същите тези общини приоритизира финансовите стимули и регулаторните облекчения. Това разминаване е основна бариера пред устойчивостта на региона.

Разбирането на мотивацията и капацитета на бизнеса обаче представлява само едната страна на процеса, поради което за пълната диагностика на дестинацията е критично да се анализира „огледалният образ“ на предлагането – субективните възприятия, нагласи и реалното потребителско поведение на туристите в район Рила-Пирин.

3.2. Оценка на потребителското поведение и нагласи на туристите

След детайлното проучване на капацитета и нагласите на бизнес сектора, настоящата част от изследването се насочва към „двигателя“ на дестинацията – потребителите. Анализът на туристическото поведение е от критично значение за верифициране на съответствието между предлаганите устойчиви услуги и реалните очаквания на пазара. В следващите параграфи, на базата на анкетно проучване сред 325 респонденти, се дефинира социално-демографският профил на посетителите в район

Рила-Пирин, техните навици на пътуване и степента им на екологична ангажираност. Основният акцент е поставен върху разкриването на мотивационните фактори и психологическите бариери, които определят „пропастта между ценности и действия“ (Value-Action Gap), като по този начин се подготвя основата за интегриране на потребителските изисквания в общия модел за устойчиво управление на района.

3.3.1 Демографски профил и навици на пътуване

Данните за възрастовата структура (фиг. 10) показват изключително балансирана извадка, което е голямо предимство за настоящото изследване. Най-активните групи са 18–25 г. (20.9%), 36–45 г. (21.2%) и 46–60 г. (21.8%). Това доказва, че отговорният туризъм в район Рила-Пирин не е приоритет само на младото поколение (Gen Z), а е споделена ценност между поколенията. Фактът, че близо 43% от респондентите са над 36-годишна възраст (установени професионалисти с по-високи доходи), обяснява високата осъзнатост, но и критичността към качеството на услугите.



Фигура 10: Възрастово разпределение на респондентите

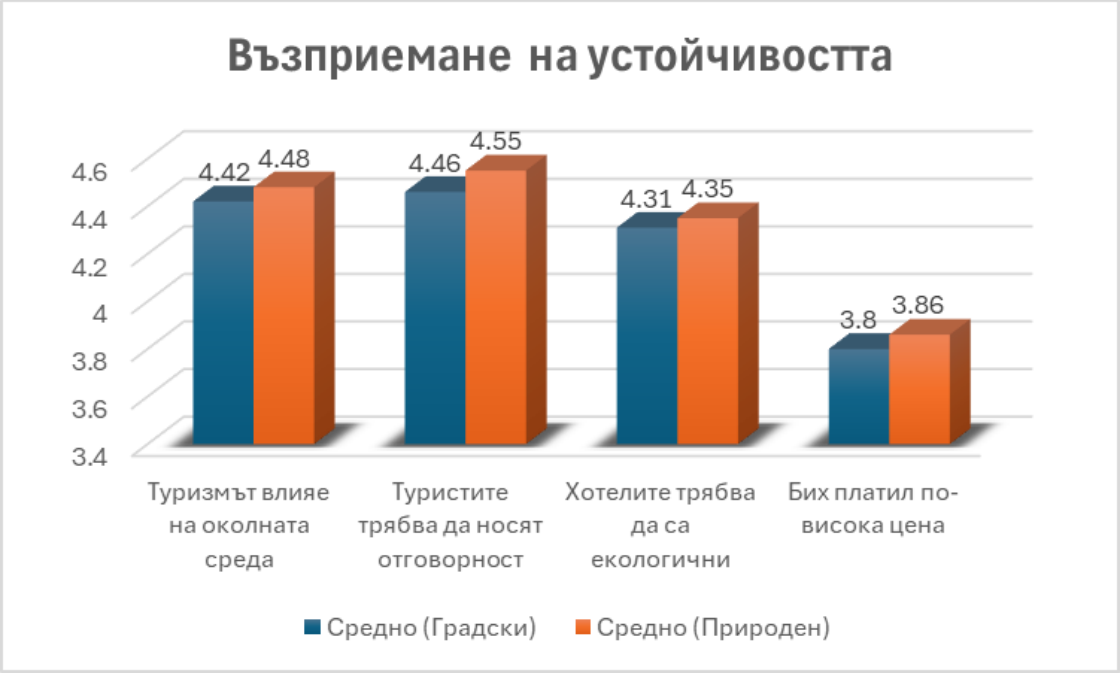
Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред туристите

Проучването на демографския профил на туристите в района Рила-Пирин (вж. фиг. 10) разкрива една зряла и активна потребителска аудитория. Най-голям дял заемат респондентите в активна трудова възраст между 36 и 60 години (общо 43%), следвани от младежкия сегмент 18-25 години (20.9%). Това разпределение е индикатор за широк социален обхват на концепцията за устойчивост, която вече не се възприема като „нишова“ само за младите поколения. По отношение на навиците на пътуване (Въпрос

№6), извадката е доминирана от „Градския сегмент“ (N=296), включващ културен и развлекателен туризъм, докато „Природният сегмент“ (N=29) е по-малоброен, но високо специализиран. Този дисбаланс подчертава ролята на големите туристически центрове в района като основни генератори на туристопоток, върху които трябва да се съсредоточат устойчивите политики.

Възприемане на устойчивостта и „склонност за плащане“

Възприятията на туристите спрямо устойчивостта се характеризират с висока степен на теоретична осъзнатост, но прагматизъм в действията. Данните от t-теста за сегментиране (табл. 17) доказват, че и двете групи (градска и природна) споделят еднакво високи нива на съгласие, че туристите трябва да носят отговорност за влиянието си (Средно 4.45 – 4.55).



Фигура 11: Възприятие за устойчивост

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред туристите

Въпреки това, когато се анализира „склонността за плащане“ (Въпрос №8), се наблюдава спад на ентусиазма до средни нива от 3.79 – 3.86. Този резултат потвърждава наличието на т.нар. „пропаст между ценности и действия“ (Value-Action Gap). Потребителите в Рила-Пирин изискват от бизнеса екологични практики (Средно 4.30), но не са готови да поемат финансовата тежест за тях под формата на по-висока цена. Това прехвърля отговорността към бизнеса и държавата за намиране на оптимизирани икономически модели.

Таблица 17: Т-тест за сегментиране на възприятията по групи дестинации

Твърдение	Средно (Градски)	Средно (Природен)
Туризмът влияе на околната среда	4.42	4.48
Туристите трябва да носят отговорност	4.46	4.55
Хотелите трябва да са екологични	4.31	4.35
Бих платил по-висока цена	**3.80**	**3.86**

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред туристите

За проверката на **Хипотеза Н3** бе проведен независим t-тест, целящ да установи дали съществуват значими разлики в нагласите към устойчивостта между туристите, предпочитащи урбанизирана среда (културен, събитиен туризъм) и тези, ориентирани към природни дестинации (планински, екотуризъм).

- **Липса на статистическа значимост (Отхвърляне на Н3)**

Резултатите от теста (вж. табл. 17) показват, че по нито един от изследваните показатели **няма статистически значима разлика** ($p > 0.05$). Стойностите на Sig. (2-tailed) варират от 0.460 до 0.770, което категорично доказва, че нагласите на туристите в район Рила-Пирин са хомогенни, независимо от повода на тяхното пътуване.

- **„Универсалният отговорен турист“**

Средните стойности (Means) и в двете групи са изключително високи (над **4.30** от 5.00) по отношение на:

- Влиянието на туризма върху околната среда (Градски: 4.42; Природен: 4.48).
- Личната отговорност на туриста (Градски: 4.46; Природен: 4.55).
- Изискванията към бизнеса за екологични практики (Градски: 4.31; Природен: 4.35).

Това е ключов принос на изследването. Той доказва, че в съвременните условия устойчивостта вече не е „нишово“ изискване само на еко-туристите, а универсален стандарт за всички посетители. Както посочва проф. д-р Мариана Янева (2025), новият „Бранд България“ трябва да се гради върху тази обща етична основа, тъй като потребителите очакват отговорност във всяка точка на контакт с дестинацията.

- **Парадоксът на „Склонността за плащане“**

Единственият показател, при който средните стойности падат под 4.00, е готовността за избор на по-скъп устойчив продукт (3.80 за градския и 3.86 за природния сегмент).

Въпреки че туристите са високо информирани и критични, те остават ценово чувствителни. Този резултат потвърждава теорията за „Value-Action Gap“ (пропастта между ценности и действия). Можем да се позовем на доц. д-р Ася Панджерова(Панджерова, 2024), че информираността е налице, но тя трябва да бъде подкрепена от финансови или емоционални стимули, за да се превърне в реална покупка.

Мотивационни фактори и информационни канали

Анализът на мотивацията (Tourist_motivation) подчертава, че водещият фактор за отговорно поведение е удобството и достъпността на информацията на място (69.5%). Туристите не търсят сложни идеологии, а ясна инфраструктура – кошчета за рециклиране, екологичен транспорт и табели. По отношение на информационните канали (Въпрос №16), се наблюдава критично разминаване с практиките на бизнеса. Докато бизнесът често разчита на пасивна комуникация, **57.8% от туристите** изрично заявяват желание да получават информация чрез **социалните мрежи**.

Таблица 18: Фактори на мотивация за отговорно поведение

Фактор на мотивация	**% от случаите**
Лесно достъпна информация на място (табели, приложения)	**69.5%**
Повече удобни екологични опции (кошчета, транспорт)	**69.2%**
Финансови стимули (намаления, бонуси)	53.2%
По-добро разбиране на въздействието	52.0%
Лични убеждения	48.3%

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред туристите

Липсата на дигитално присъствие на устойчивите практики е основен информационен дефицит, който пречи на дестинацията да капитализира високата екологична нагласа на своите посетители. Мотивацията чрез **финансови стимули**

(53.2%) също се очертава като водещ инструмент, който може да преодолее по-ниската склонност за плащане на „зелена“ надценка.

Таблица 19: Предпочитани канали за информиране

Канал за информация	**Процент (%)**
Социални мрежи	**57.8%**
Хотели и места за настаняване	20.0%
Туристически агенции	13.5%
Не се интересуват	8.6%

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред туристите

Анализът на мотивационните фактори и предпочитаните канали за информация (Табл. 19) разкрива „практичния“ характер на отговорния турист в района Рила-Пирин.

Инфраструктурата и достъпността като водещи мотиватори

Най-висок процент от туристите посочват като водеща мотивация за отговорно поведение:

- Лесно достъпна информация на място (69.5% от случаите).
- Наличие на удобни екологични опции (кошчета, транспорт) (69.2% от случаите).

За туриста устойчивостта не е абстрактна философия, а въпрос на улеснение. Ако дестинацията не предоставя инфраструктура (кошчета за рециклиране) и ясна информация (табели), туристът, дори и с висока осъзнатост, не действа отговорно. Това потвърждава тезата на проф. Еленита Великова (2020), че „екологичното планиране на територията“ е първостепенно условие за устойчив туризъм.

Разривът в информационните канали (Бизнес vs. Туристи)

Един от най-значимите изводи на настоящото изследване е идентифицирането на т.нар. „Комуникационен разрив“ (Communication Gap) между двете основни страни в туристическия процес. Този разрив се дефинира чрез остро разминаване между

предпочитаните от туристите източници на информация и каналите, които бизнесът използва за промотиране на своите устойчиви практики.

Анализът на потребителските предпочитания (вж. Таблица 20 *„Бихте ли желали да получавате повече информация...“*) показва категорична доминация на дигиталната среда. Над половината от респондентите (57.8%) заявяват изрично желание да се информират за устойчив туризъм чрез социалните мрежи. Тази цифра е показател за промяната в потребителското поведение – съвременният отговорен турист търси визуално потвърждение и „социално доказателство“ за екологичните ангажименти на обекта още във фазата на планиране на пътуването (Pre-trip phase). За сравнение, традиционните канали като хотелите (20%) и туристическите агенции (13.5%) остават на заден план в съзнанието на туриста като източници на информация за устойчивост.

Таблица 20: Бихте ли желали да получавате повече информация за устойчив туризъм и как?

		Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валиден	Да, чрез социални мрежи	188	57.8	57.8	57.8
	Да, чрез туристически агенции	44	13.5	13.5	71.4
	Да, чрез хотели и места за настаняване	65	20	20	91.4
	Не се интересувам	28	8.6	8.6	100
	Общо	325	100	100	

Източник: Авторова систематизация по данни от проучването сред туристите

Парадоксът се задълбочава, когато съпоставим тези данни с резултатите от бизнес анкетата (Q10). Докато бизнесът в район Рила-Пирин посочва „ниската информираност на клиентите“ като една от основните пречки пред устойчивото развитие (32.6%), данните от туристите доказват точно обратното – налице е висок информационен глад, който обаче не е задоволен по правилния начин.

Анализ на причините за разрива:

1. Консервативни методи на комуникация: Бизнесът в района вероятно залага на „пасивна информираност“ (брошури на място, информация на рецепция или в менюто), която достига до туриста едва когато той вече е в дестинацията. По този начин устойчивостта не се използва като мотив за избор на обект, а остава „скрит атрибут“.

2. Дефицит на Eco-Storytelling: Липсата на активно присъствие в социалните мрежи с конкретни послания за устойчивост лишава бизнеса от възможността да изгради емоционална връзка с екологично настроената аудитория. Както посочва проф. д-р Мариана Янева[142], налагането на „Бранд България“ изисква иновативни ПР послания, които да „преведат“ технологичните инвестиции на бизнеса на езика на потребителските ценности.

3. Липса на координация на мезо-равнище: Трудът на д-р Портарска (2017) подчертава, че маркетинговите организации на дестинациите (DMO) са инструментът, който трябва да затвори този разрив. В Рила-Пирин липсата на единна дигитална платформа за устойчивост кара индивидуалните гласове на „зелените“ бизнеси да заглъхват в общия информационен шум.

Данните доказват хипотезата, че бизнесът в района „говори“, но по канали, които са невидими за активния турист. Този разрив блокира капитализацията на устойчивите практики. **Устойчивостта в Рила-Пирин в момента е „невидим капитал“** – тя съществува като оперативна реалност, но не съществува в дигиталното съзнание на потребителя. Преодоляването на този разрив изисква не просто повече информация, а радикална смяна на комуникационната парадигма: от информативно-статична към ангажиращо-дигитална.

3.3. Диагностика на системните разриви в дестинация Рила-Пирин

Емпиричното изследване на район Рила-Пирин разкрива сложна картина на взаимодействие между предлагането и търсенето, която може да бъде синтезирана в четири критични извода:

1. **Парадоксът на информираността**: Налице е когнитивен разрив – докато бизнесът възприема туристите като неинформирани и пасивни, данните от потребителите показват висока екологична осъзнатост (Средно 4.45) и декларирана готовност за отговорно поведение. Този потенциал обаче остава блокиран поради липсата на видима и удобна инфраструктура на място.

2. **Дефицит на „дигитална устойчивост“:** Идентифицирано е сериозно разминаване в комуникационните канали. Огромното търсене на информация за устойчиви практики в социалните мрежи (57.8%) не среща адекватен отговор от страна

на бизнеса, който остава фокусиран върху традиционни и пасивни методи на информиране.

3. **Институционален и инфраструктурен застой**: Резултатите сочат към консенсус между бизнес сектора и туристите относно най-голямата бариера – дефицитът на подкрепа от местните и националните институции. Липсата на екологични алтернативи (транспорт, управление на отпадъци) превръща устойчивостта от споделена ценност в индивидуална тежест за предприемача.

4. **Валидиране на регионалната специфика**: Получените данни потвърждават тезите в научната литература, че за успеха на район Рила-Пирин е необходим иновативен модел на управление. Устойчивостта в района не може да бъде постигната само чрез технологични инвестиции, а изисква синергия между автентичното „социално гостоприемство“ на местните МСП и дигиталните очаквания на съвременния турист.

Тази диагностика на „сблъсъка между две реалности“ доказва, че дестинация Рила-Пирин притежава суровия ресурс за устойчиво развитие, но му липсва интегриращ механизъм. Това налага необходимостта в следващата глава да бъде предложен цялостен Стратегически модел за затваряне на разривите, който да предложи конкретни управленски и маркетингови решения за превръщането на района в еталон за отговорен туризъм.

3.4. Стратегически модел за управление и насоки за развитие на отговорния туризъм в район „Рила-Пирин“

Въз основа на емпиричната диагностика, извършена в предходната глава, става ясно, че устойчивото развитие на район „Рила-Пирин“ се намира в състояние на „нереализиран потенциал“. Въпреки високите нива на индивидуална осъзнатост и от страна на бизнеса, и от страна на туристите, липсата на интегриран управленски механизъм води до сериозни структурни и комуникационни разриви.

Настоящата глава има за цел да предложи концептуална и приложна рамка за преодоляване на тези дефицити чрез изграждането на интегриран модел за управление на дестинацията. Изследването се фокусира върху трансформирането на „скритата“ устойчивост на бизнеса в конкурентно предимство и превръщането на „дигиталните очаквания“ на туриста в реални устойчиви действия. Предложеният подход се базира на

синергията между иновативните маркетингови инструменти, институционалната координация и социално-икономическите специфики на региона Рила-Пирин.

За да бъде изграден ефективен модел на управление, е необходимо първо да се дефинират **двата „огледални“ модела на поведение**, които бяха изведени чрез SPSS анализите в трета глава от настоящия труд. Те представляват теоретичната основа, върху която се гради всяка следваща стратегическа стъпка.

Модел на предлагането: „Скрита и прагматична устойчивост“

Този модел **описва поведението на туристическия бизнес** в района. Той се характеризира със следните ключови параметри:

✓ Икономически детерминизъм: Устойчивите практики на бизнеса са водени предимно от икономия на ресурси (енергийна ефективност). Това е „прагматична устойчивост“, която цели оптимизиране на разходите.

✓ Оперативна затвореност: Повечето „зелени“ инвестиции (ВЕИ, соларни панели) остават невидими за потребителя. Те се възприемат като част от техническата поддръжка, а не като маркетингов актив.

✓ Социална вкорененост: Бизнесът демонстрира висока степен на лоялност към локалната общност (осигуряване на заетост и подкрепа за местни производители), което е „тихата“ сила на устойчивостта в района.

✓ Комуникационен дефицит: Липсата на сертификация и активно дигитално присъствие прави тези усилия неразпознаваеми за външния пазар.

Модел на търсенето: „Дигитално очакване и условна отговорност“

Моделът на туриста в Рила-Пирин разкрива профил, който е в постоянен конфликт между ценности и действия:

✓ Висока ценностна нагласа: Туристът идва с подготвено съзнание, че природата трябва да се пази.

✓ Дигитален филтър: Социалните мрежи са основният канал, през който той валидира избора си на дестинация. Ако там липсва информация за устойчивост, тя не съществува в неговия избор.

✓ Инфраструктурна зависимост: Отговорното поведение е „условно“ – туристът е склонен да действа екологично само ако инфраструктурата е лесна и достъпна (кошчета, транспорт, табели).

✓ Икономическа бариера (Value-Action Gap): Ниската склонност за плащане на по-висока цена блокира прехода към луксозни устойчиви услуги.



Фигура 12: Разрив между модел на търсенето и модел на предлагането

Източник: Авторска разработка

Фигура 12. илюстрира концептуалния разрив в дестинацията: докато бизнесът инвестира „под повърхността“ в технологии, туристът търси информация „над повърхността“ в дигиталната среда. Интегрираният модел, представен в следващата точка, цели да синхронизира тези два потока в единна стратегия за развитие.

Интегриран модел за затваряне на разривите (the gap-closing model)

Интегрираният модел за управление на дестинация Рила-Пирин е проектиран като триизмерна система от стратегически интервенции. Неговата основна цел е да синхронизира капацитета на предлагането с очакванията на търсенето чрез активната медиация на регионалните институции.

Първи стълб: Дигитална трансформация и маркетингов „Eco-Storytelling“

Този стълб е насочен към затваряне на Информационния разрив. Дигиталната трансформация в район „Рила-Пирин“ не следва да се разглежда просто като внедряване на нови технологии, а като изграждане на дигитална екосистема на устойчивостта. Целта е да се затвори информационният разрив, идентифициран в Глава 3, където 57.8% от

туристите търсят социални доказателства за устойчивост, които бизнесът не успява да предостави.

- Трансформация на съдържанието: Предлага се преминаване от техническо описание на устойчивите практики към „разказване на истории“ (storytelling).

- Дигитална екосистема на дестинацията: Създаване на единен регионален хаштаг и дигитална карта на „зелените обекти“. Това ще позволи на малките МСП, които нямат голям бюджет за реклама, да станат видими чрез общата платформа на района.

- Цел: Превръщане на „скритата устойчивост“ в маркетингов актив, който диференцира района Рила-Пирин от масовите дестинации.

Архитектура на дигиталния модел

Графично моделът се представя като Центробежна система на комуникация, в чийто център стои Регионалната маркетингова организация (DMO), а около нея са свързани отделните бизнес единици и крайният потребител.



Фигура 13: Дигитална трансформация и маркетингов „Eco-Storytelling“

Източник: Авторска разработка

Основни компоненти на модела:

1. **Платформа за верифицирано съдържание (The Trust Hub):**

Регионален портал, който агрегира данни от интелигентните системи (DTI-Spain модел) за качеството на въздуха, водите и заетостта в района Рила-Пирин. Чрез него туристът вижда в реално време „екологичния статус“ на дестинацията, което изгражда първоначално доверие.

2. Стратегия „Eco-Storytelling“ (От данни към емоции):

Бизнесът преминава от съобщаване на факти (напр. „Имаме соларни панели“) към разказване на истории. *Пример за съдържание:* Видео поредица „Един ден в нашата био градина“, която показва пътя на храната от местния производител до чинията в хотела. Това „очовечава“ устойчивостта и я прави подходяща за споделяне в социалните мрежи.

3. Визуално валидиране чрез QR и AR (Добавена реалност):

Внедряване на Интелигентни табели по екопътеките в Национален парк „Пирин“ и Национален парк „Рила“. Чрез сканиране на QR код, туристът не само получава карта, но и информация за редките видове в района и как неговото присъствие влияе на екосистемата. Това превръща телефона от устройство за разсейване в инструмент за екологично образование.

Оперативни стъпки за внедряване (Action Plan):

- Фаза 1: Обучение: Организиране на семинари „Дигитален маркетинг за зелени бизнеси“ за малките МСП в региона. Тук се прилагат насоките на проф. Янева (2025) за иновативни ПР послания като например за „Автентично Банско ски-слънце-спа“.

- Фаза 2: Създаване на регионална Content Bank (банка за визуални материали): ОУТР Рила-Пирин създава база данни с висококачествени снимки и видеа на устойчиви практики, които малките хотелиери могат да ползват безплатно в своите социални мрежи. Това решава проблема с липсата на бюджет за маркетинг при малкия бизнес.

- Фаза 3: Интеграция с Google Maps и TripAdvisor: Активно маркиране на обектите с „Еко-етикет“ в глобалните платформи за пътуване, което директно влияе на филтрите за търсене на модерния турист.

С внедряването на този стълб, устойчивостта в Рила-Пирин престава да бъде „статична характеристика“ на обекта и се превръща в „динамично преживяване“ за туриста. Моделът доказва, че дигитализацията е най-краткият път за преодоляване на ценовата бариера (Value-Action Gap), тъй като тя повишава възприеманата стойност на продукта без непременно да увеличава неговата номинална цена.

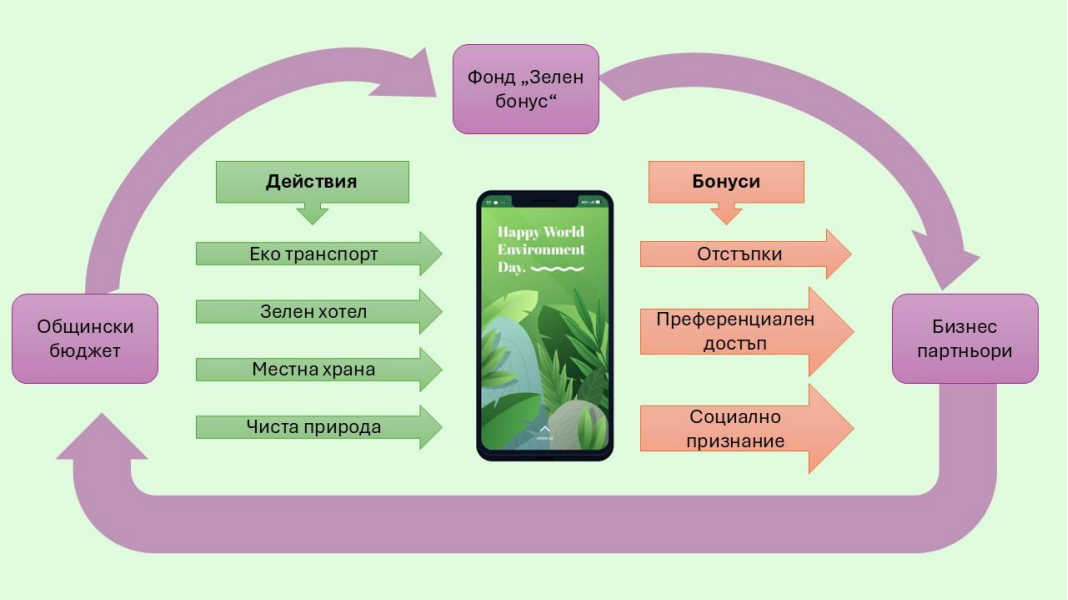
Втори стълб: Икономически механизми и регионална система „Зелен бонус“

Този стратегически стълб е насочен към преодоляване на Икономическия разрив (Value-Action Gap). Резултатите от Глава 3 показаха, че макар туристите да имат висока екологична осъзнатост (4.45), тяхната склонност да заплащат по-висока цена („зелена надценка“) остава ниска. Следователно, моделът на управление трябва да премине от „наказателни“ или „ценови“ механизми към система от позитивни стимули.

Концепция на „Зеления бонус“: Предлага се въвеждане на регионална лоялна програма. Туристите, които избират сертифицирани обекти, използват екологичен транспорт или участват в местни културни събития, трупат точки чрез мобилно приложение. Програмата е проектирана като регионална екосистема за лоялност, която награждава отговорното потребителско поведение с реални икономически и социални ползи. Тя се базира на технологичната рамка на „Интелигентните дестинации“ (DTI-Spain), разгледана в Глава 2.

Механизъм на ползите: Натрупаните точки се трансформират в реални ползи – отстъпки в местни занаятчийски работилници, безплатен достъп до общински музеи или преференциални цени за еко-шатъли. Ползите също са обвързани с отговорния туризъм и устойчиви практики.

Научен принос: Този механизъм превръща „етичното задължение“ в „прагматична полза“, като по този начин преодолява ценовата бариера пред отговорното поведение.



Фигура 14: Кръговрат на стимулите

Източник: Авторска разработка

Основни функционални елементи на модела:

1. Механизъм на „доказване на действието“ (Proof of Action)

Туристът не получава бонус „по подразбиране“, а срещу конкретно действие: настаняване в сертифициран „зелен“ обект, използване на обществен транспорт (влак/автобус) до дестинацията, наемане на електрически велосипед или участие в доброволческа акция за почистване на пътеки. Валидацията става чрез мобилно приложение и сканиране на уникални QR кодове в партньорската мрежа.

2. Партньорска мрежа и „Кръгова икономика“ в дестинацията

В програмата участват не само хотелите, но и местни производители, занаятчии, общински музеи и транспортни фирми.

Пример: Натрупаните „зелени точки“ от настаняване в еко-хотел в Банско могат да бъдат използвани за отстъпка при закупуване на автентични продукти от местен фермер в Разлог или за безплатен билет за теснолинейката Септември – Добринище. Така капиталът остава в региона и подкрепя малкия бизнес (МСП).

3. Финансова устойчивост на модела

Предлага се фондът за бонуси да се захранва чрез процент от събрания туристически данък на общините в района Рила-Пирин. По този начин средствата, платени от туристите, се връщат обратно при тях под формата на добавена стойност за отговорно поведение.

Прилагането на системата „Зелен бонус“ променя парадигмата на устойчивостта в района. Тя превръща опазването на околната среда от „жертва“ или „допълнителен разход“ за туриста в „изгодна сделка“. От научна гледна точка, това е инструмент за мотивиране на потребителското търсене, който директно подкрепя бизнеса (осигурява му лоялни клиенти) и общините (намалява разходите за управление на отпадъци и трафик). Така моделът решава конфликта между екологичните цели и икономическия интерес на респондентите от Глава 3.

Трети стълб: Институционална синергия и управление на „Последната миля“

Третият стълб на интегрирания модел адресира най-критичната бариера, идентифицирана в емпиричното изследване – Институционалния и инфраструктурен разрив. Както бе доказано в Глава 3, и бизнесът, и туристите посочват липсата на държавна и общинска подкрепа като основна пречка пред устойчивостта. Предложеният модел предвижда преминаване от пасивна администрация към активно модериране на дестинацията.

Ролята на Организацията за управление на туристическия район (ОУТР) Рила-Пирин

В съответствие с постановките на д-р Портарска (2017) за значението на маркетинговите организации на мезо-равнище, ОУТР Рила-Пирин трябва да поеме ролята на интегратор на устойчивостта.

- Създаване на „Регионален съвет за устойчивост“: Предлага се към ОУТР да бъде сформиран консултативен орган, включващ представители на всички общини в района, дирекциите на НП „Рила“ и НП „Пирин“, местния бизнес и научната общност. Този съвет ще има за задача да хармонизира общинските планове за интегрирано развитие (ПИРО) с целите за устойчивост на района.

- Мониторинг чрез индикаторни системи: Съветът ще прилага на практика индикаторните системи (ETIS и SF-MST), дефинирани във Втора глава, за да следи реалното въздействие на туризма върху околната среда и социалния капитал.

- Цел: Институциите да престанат да бъдат „базисна администрация“ и да се превърнат в „активен модератор“, който улеснява екологичния избор на туриста.



Фигура 15: Визуализация на институционалния модел

Източник: Авторска разработка

Управление на „Последната миля“ (The Last-Mile Infrastructure)

Институционалната подкрепа трябва да се материализира в конкретна физическа инфраструктура, която прави екологичния избор на туриста „лесният избор“.

1. **Интелигентна еко-логистика:** Разработване на мрежа от електрически шатъли, свързващи основните градски ядра (Банско, Сандански, Сапарева баня) с изходните точки на планинските маршрути. Това решава проблема с прекомерния автомобилен трафик в защитените зони.

2. **Инфраструктура „на една ръка разстояние“:** Общините трябва да се фокусират върху „последната миля“ от туристическото преживяване. Изграждане на единна система за разделно събиране на отпадъци в периферните и нишовите общини (които според сегментирането в Глава 2 имат най-голям екологичен потенциал, но най-слаба инфраструктура).

3. **Единна дигитална навигация:** Поставяне на информационни терминали и QR-базирани табели, които интегрират „Зеления бонус“ (от т. 4.2.2) с образователно съдържание за природното наследство.

Предложеният институционален модел затваря цикъла на управление, като превръща устойчивостта от „добра воля“ на отделния хотелиер в стандарт за дестинацията. Чрез координацията на мезо-равнище (район Рила-Пирин) се преодолява фрагментацията на ресурсите и се постига икономия от мащаба при промотирането на устойчивия продукт. По този начин институциите създават „сцена“, върху която бизнесът и туристите могат ефективно да си взаимодействат в духа на отговорния туризъм.

Оценка на очакваното въздействие и устойчивост на предложените мерки

Внедряването на интегрирания модел за управление в район „Рила-Пирин“ цели постигането на измерима трансформация в трите стълба на устойчивостта. Настоящата оценка проектира дългосрочните ефекти (с хоризонт от 5 години), базирани на синергията между дигитализацията, икономическото стимулиране и институционалната координация.

Таблица 21: Обобщена таблица на модела

Разрив (Gap)	**Източник (SPSS доказателство)**	**Стратегическо действие**	**Ключов инструмент**
Информационен	Бизнесът е „скрит“ / Туристът търси в социални мрежи	**Дигитален маркетинг**	Обучение по Eco-Storytelling
Икономически	Ниска склонност за плащане на надценка	**Стимулиране**	Регионална карта „Зелен бонус“
Инфраструктурен	Липса на кошчета и еко-транспорт	**Физическо улеснение**	Инвестиции в „Последната миля“

Източник: Авторова разработка

<u>Икономическо въздействие: Капитализация на устойчивостта</u>

- **Преодоляване на сезонността**: Чрез механизмите за *Eco-Storytelling* и нишовите еко-продукти се очаква повишаване на заетостта извън пика на сезона с 15-

20%. Това стабилизира приходите на малките МСП и намалява икономическата несигурност.

- **Задържане на капитала в региона**: Системата „Зелен бонус“ стимулира „кръговото потребление“. Прогнозите сочат, че над 30% от разходите на туристите за допълнителни услуги ще бъдат пренасочени към местни производители и занаятчии, вместо към външни доставчици.

- **Повишена конкурентоспособност**: Дестинация Рила-Пирин се позиционира като „премиум устойчива дестинация“, което позволява постепенно повишаване на средния приход от един турист (RevPAR) чрез качество, а не чрез масовост.

Екологично въздействие: Редукция на антропогенния натиск

- **Декарбонизация на транспорта**: Интегрираната еко-логистика и електрическите шатъли ще доведат до значително намаляване на въглеродния отпечатък в защитените територии на НП „Пирин“ и НП „Рила“.

- **Ефективно управление на ресурсите**: Чрез интелигентните системи за мониторинг и дигиталното информиране на туристите се очаква редукция на генерираните твърди отпадъци по екопътеките и намаляване на нерегламентирания натиск върху екосистемите.

Социално-културно въздействие: Социален капитал и идентичност

- **Повишаване на качеството на живот**: Устойчивият туризъм намалява конфликта между туристи и местно население. Когато местните жители виждат, че туризмът пази природата им и носи преки ползи (чрез подкрепа на местното производство), тяхното „социално гостоприемство“ нараства.

- **Съхраняване на автентичността**: Моделът насърчава опазването на нематериалното културно наследство като част от туристическия продукт, предотвратявайки „фолклоризацията“ и превръщането на културата в бутафория.

Таблица 22: Ключови индикатори за успех (KPIs) за район Рила-Пирин

Област на въздействие	**Индикатор (източник: ETIS/SF-MST)**	**Целева промяна (5г.)**
Икономика	Дял на местните продукти в менюто на хотелите	Ръст от 15% на 45%
Екология	Процент туристи, ползващи еко-транспорт в дестинацията	Ръст от 5% на 25%
Социална среда	Ниво на удовлетвореност на местното население от туризма	Повишение с 1.5 пункта (по скала 1-5)
Маркетинг	Дигитален отпечатък (споменавания на „Зелен Рила-Пирин“)	Ръст от 300% в соц. мрежи

Източник: Авторова разработка

В обобщение, предложеният стратегически модел не е просто план за действие, а нова философия за управление на територията. Той доказва, че в район Рила-Пирин отговорният туризъм е единственият възможен път за дългосрочно съхраняване на природния капитал, без това да става за сметка на икономическия растеж. Преходът от „спонтанно развитие“ към „интелигентна устойчивост“ ще превърне района в лидер на балканския туристически пазар и модел за националната туристическа политика на България.

В заключение на трета глава можем да обобщим, че емпиричното изследване предостави необходимите доказателства за потвърждаване (или преосмисляне) на изведените хипотези. Анализът разкри **парадоксална ситуация в район Рила-Пирин**: наличие на висока индивидуална отговорност при двете изследвани страни, която обаче остава фрагментирана и неефективна поради липса на интегрирана комуникация и координация.

Основните изводи от анализа сочат, че:

1. Бизнесът е по-устойчив, отколкото декларира маркетингово.
2. Туристът е по-информиран, отколкото дестинацията предполага.
3. Разривът не е в липсата на желание, а в липсата на „мост“ (инфраструктурен и дигитален) между тях.

Разработеният **Стратегически модел за управление** се явява естествен отговор на тези констатации. Той предлага затваряне на веригата чрез трите стълба на синергията, доказвайки, че устойчивостта на Рила-Пирин е постижима цел при правилно управление на информацията и ресурсите.

С приключването на тази глава се затваря изследователският цикъл на дисертацията. Всички задачи са изпълнени – от теоретичния обзор до проектирането на конкретни управленски мерки. Това логически ни отвежда към **финалното заключение на дисертационния труд**, където ще бъдат синтезирани крайните резултати и ще бъде очертана бъдещата визия за устойчивото развитие на района в дългосрочен план.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящият дисертационен труд изследва актуална и значима тема в съвременната туристическа наука – пресечната точка между отговорното поведение на участниците и дългосрочната устойчивост на дестинациите. Чрез избора на район Рила-Пирин като обект на изследване, работата преминава от теоретичен анализ към практическо моделиране, позволявайки изпълнението на заложените цели и задачи в уводната част. Трудът следва комплексен път на теоретично изследване, методологическо прецизиране и емпирична диагностика, за да предложи работещи решения за развитието на район „Рила-Пирин“, като целта на изследването бе успешно постигната чрез **последователното реализиране на заложените изследователски задачи**. В резултат на извършената работа могат да бъдат формулирани следните синтезирани изводи:

Първо, теоретичният анализ (задача 1) утвърди разбирането, че отговорният туризъм не е просто синоним на устойчивия туризъм, а негов оперативен двигател. В съответствие с постановките на Харолд Гудуин и Декларацията от Кейптаун, изследването доказа, че отговорността е „начин за извършване на туризъм“, който трансформира дестинацията в по-добро място за живеене и впоследствие – в по-добро място за посещение. Теоретичното изследване потвърди, че отговорният туризъм е не просто пазарен сегмент, а стратегически императив за съхраняването на дестинации с висока природна стойност. С това бе **потвърдена първата работна хипотеза (H1)**, че съществува силна корелационна зависимост между отговорното поведение и икономическата стабилност на дестинацията. Установи се, че устойчивостта в Рила-Пирин зависи от активното участие на всички заинтересовани страни.

Второ, методологическото прецизиране (Задача 2) потвърди, че измерването на устойчивостта на регионално ниво изисква преход от пасивно отчитане към хибридно моделиране. Чрез критичен преглед на международните системи (ETIS, DTI, SF-MST) бе обоснована необходимостта от гъвкава индикаторна рамка, адаптирана към хетерогенния характер на район Рила-Пирин. В рамките на изследването бе разработена и приложена комплексна методологическа рамка, която успешно хармонизира европейските стандарти (ETIS) с най-новата статистическа рамка на ООН (SF-MST, 2024). Това доказа, че устойчивостта в район Рила-Пирин може и трябва да бъде измервана чрез обективни индикатори, а не само чрез субективни оценки. Приложената методология на „смесените методи“ (Mixed Methods) позволи да се преодолее

традиционната „информационна празнина“ на местно ниво, като се съчетаят субективните възприятия на бизнеса и туристите с обективните икономически и екологични показатели. Установи се, че устойчивостта в район Рила-Пирин зависи от активното участие на всички заинтересовани страни, като водещата роля трябва да бъде поета от „централен участник“, който да обединява индивидуалните усилия в обща стратегия за отговорно поведение.

Трето, емпиричната диагностика (задача 3) освети съществуването на критичен „разрив в комуникацията“ и „парадокс на информираността“ в дестинацията. Резултатите разкриха, че докато бизнесът в района реализира значителни инвестиции в ресурсна ефективност (т.нар. „скрита устойчивост“), те остават маркетингово невидими за съвременния потребител. Констатира се, че екологичната осъзнатост на туристите е висока, но нейната пазарна реализация е блокирана от липса на дигитално съдържание и инфраструктурни дефицити на „последната миля“. Извършеното теоретично и емпирично изследване върху въздействието на отговорния туризъм в района Рила-Пирин доказа, че в дестинация Рила-Пирин съществува изключително висока екологична осъзнатост и сред двете изследвани групи. Бизнесът (над 56%) и туристите (средна стойност 4.45 от 5.00) признават устойчивостта като критичен приоритет. Въпреки това тази нагласа остава пасивна поради липса на институционална подкрепа и информационна свързаност. Хипотезата за наличие на значима връзка между информираността и поведението **(H1) се потвърди**, подчертавайки, че знанието е двигател на устойчивостта, но само когато е подкрепено от външни фактори. Данните доказват, че предприятията, инвестиращи в устойчиви практики и еко-сертификация, се радват на по-висока клиентска лоялност, което **потвърждава втората хипотеза (H2)**. Анализът на емпиричните данни разкри, че устойчивостта при бизнеса в Рила-Пирин е водена от икономическа логика (77% инвестират в енергийна ефективност), докато при туриста тя е ограничена от ценова чувствителност (склонност за плащане 3.80 от 5.00). Това доказва, че моделът на „зелена надценка“ е неприложим в района към момента и трябва да бъде заменен от модел на „финансови стимули и лоялност“ (предпочитан от 53% от туристите). Това аргументира икономическата логика на отговорния туризъм като инвестиция, а не само като разход. Изследването потвърди също, че опитът на пазара (над 10 години) е ключов фактор за социалната устойчивост. **Верифицирана бе и четвъртата хипотеза (H4)**, според която активната роля на местната общност е незаменим фактор за социално-икономическата

стабилност на общините. Утвърдените бизнеси в района са се превърнали в интегратори на местната общност, подкрепяйки местни производители и културни събития. Това е доказателство, че автентичността на региона Рила-Пирин се крепи на органичните връзки между малкия семеен бизнес и дестинацията.

Проведеното изследване доведе и до изненадващ, но научно значим резултат по отношение на **третата хипотеза (Н3), която не се потвърди.** Статистическият анализ показа, че в района Рила-Пирин няма значима разлика в прилагането на устойчиви практики между урбанизираните центрове (Банско, Сандански) и природно-ориентираните дестинации. Този резултат ревизира теоретичните очаквания за териториална диференциация и разкрива, че икономическите ядра са подложени на силен международен натиск за устойчивост, който ги изравнява с природните зони. Този извод подчертава нуждата от единен регионален подход, тъй като бизнесът в периферните зони полага сходни усилия, въпреки по-ограничените си ресурси.

Четвърто, предложеният Интегриран модел за управление (задача 4) предоставя конкретен инструментариум за преодоляване на идентифицираните разриви. Предложеният авторски модел е кулминацията на изследването, която интегрира интересите на бизнеса, туристите и институциите. Моделът доказва, че устойчивостта на Рила-Пирин зависи от синергията между три стълба – дигитален, икономически и институционален. Интегрираният модел предлага преминаване от техническа устойчивост към „Маркетинг на преживяването“, въвеждане на регионални програми за лоялност и целенасочени общински инвестиции в „инфраструктурата на една ръка разстояние“. Чрез синхронизирането на трите стълба – дигитална трансформация (Eco-Storytelling), икономическо стимулиране (Зелен бонус) и институционална синергия – се създават условия за устойчивост, базирана на данни и партньорства. Моделът доказва, че конкурентоспособността на района Рила-Пирин в дългосрочен план зависи от превръщането на „зелените“ практики от допълнителен разход в споделена икономическа и социална стойност.

В заключение, изследването доказва, че отговорният туризъм в район Рила-Пирин притежава капацитета да бъде основен двигател на устойчивостта. Предложеният в дисертацията модел дава инструментите за преход от „спонтанно развитие“ към „интелигентно управление“. Реализирането на този потенциал ще позволи на дестинацията не само да съхрани своя уникален природен капитал, но и да го превърне

в дългосрочно конкурентно предимство, гарантиращо просперитет за местната общност и автентично преживяване за модерния турист. Преодоляването на дефинираните информационни, икономически и инфраструктурни разриви ще позволи на дестинацията да постигне синергия между икономическия растеж и съхраняването на уникалния ѝ природен и социален капитал. Изследването полага основата за бъдещи политики, които да позиционират Рила-Пирин като водещ модел за устойчив планински туризъм на Балканите.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1: ВЪПРОСНИК ЗА ТУРИСТИТЕ

Настоящото проучване се провежда в рамките на докторска дисертация към Университета за национално и световно стопанство (УНСС), гр. София. Темата на изследването е:

„Въздействието на отговорния туризъм върху устойчивостта на дестинацията“.

Целта на тази анкета е да се разберат нагласите, поведението и мотивацията на туристите във връзка с отговорното пътуване и устойчивите избори.

Участието е напълно анонимно и ще отнеме не повече от 5–6 минути. Данните ще бъдат използвани само с научна и аналитична цел – няма да се изисква никаква лична информация, освен доброволно предоставена демографска такава.

Въпросникът е достъпен на няколко езика. Изберете езика от менюто в горната част.

Благодарим Ви за участието! С вашата помощ ще можем да предложим по-добри и по-устойчиви практики за бъдещето на туризма.

ВЪПРОСНИК ЗА ТУРИСТИТЕ

I. Основна информация за респондента

1. Пол:

- ☐ Мъж
- ☐ Жена
- ☐ Друго / Не желая да отговоря

2. Възрастова група:

- ☐ Под 18
- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-60

○ ☐ Над 60

3. Националност: _____ ?

4. Колко често пътувате с туристическа цел?

○ ☐ По-малко от веднъж годишно

○ ☐ 1-2 пъти годишно

○ ☐ 3-5 пъти годишно

○ ☐ Над 5 пъти годишно

5. Основна цел на вашите пътувания:

o ☐ 1 Почивка и релакс

o ☐ 2 Културен туризъм

o ☐ 3 Екотуризъм

o ☐ 4 Бизнес пътувания

o ☐ 5 Друго (моля, уточнете): _____

II. Осведоменост за отговорния туризъм

6. Чували ли сте за понятието „отговорен туризъм“?

○ ☐ Да

○ ☐ Не

7. Как бихте определили отговорния туризъм?

---

8. Кои от следните поведения според вас попадат в категорията „отговорен турист“? (*изберете всички приложими*)

○ ☐ Изхвърляне на боклука на правилните места

○ ☐ Използване на устойчив транспорт (обществен транспорт / колоездене / ходене пеша вместо с личен автомобил)

○ ☐ Подкрепа за местните производители и ресторанти

○ ☐ Спазване на културните традиции и правила на мястото

○ ☐ Намаляване на потреблението на вода и енергия в хотела

○ ☐ Минимизиране на въглеродния отпечатък

○ ☐ Намаляване на пластмасовите отпадъци

○ ☐ Друго (моля, уточнете): _____

9. В каква степен сте съгласни със следните твърдения? (*Ликертова скала: 1 - напълно несъгласен, 5 - напълно съгласен*)

o Туризмът има значително влияние върху околната среда > 1* - 2* - 3* - 4* - 5*

o Туристите трябва да носят отговорност за влиянието си върху дестинациите.

o Бих избрал устойчив туристически продукт, дори ако е по-скъп.

o Хотелите и туристическите оператори трябва да прилагат екологични практики.

III. Реално поведение по време на пътуването

10. Когато пътувате, какви действия предприемате за минимизиране на вашето въздействие върху заобикалящата ви среда? (*може да изберете повече от един отговор*)

○ ☐ Изхвърлям боклука си само на определените места (разделно)

○ ☐ Използвам бутилка за многократна употреба вместо пластмасови шишета (избягвам използването на пластмасови бутилки и прибори)

○ ☐ Подкрепям местни бизнеси (купувам сувенири и друго местно производство, храня се в местни ресторанти)

○ ☐ Уважавам културните и природни забележителности

○ ☐ Използвам екологичен транспорт (*пеша, колело, обществен транспорт*)

○ ☐ Избирам хотели и услуги с устойчиви сертификати

○ ☐ Не съм вземал никакви мерки

○ ☐ Друго (моля, уточнете): _____

10_1. Ако не сте прилагали някои от тези практики, защо? (само при отг на предния въпрос с "*Не съм вземал мерки*")

- ☐ Не знаех, че това е важно
- ☐ Не беше удобно
- ☐ Беше по-скъпо
- ☐ Нямаше достатъчно информация на мястото
- ☐ Друго: _____

11. Колко често избирате туристически дестинации / обекти, които са сертифицирани като устойчиви?

- ☐ Винаги
- ☐ Често
- ☐ Понякога
- ☐ Рядко
- ☐ Никога

12. Бихте ли заплащали повече за екологично и социално отговорни туристически услуги?

☐ Да

☐ Не

☐ Зависи от цената

IV. Готовност за по-отговорно поведение в бъдеще / Обратна връзка и предложения

13. Ако туристическият обект осигурява повече информация за устойчиви практики (например табели, брошури), бихте ли ги следвали?

☐ Да

☐ Не

☐ Зависи от ситуацията

14. Бихте ли избрали дестинация, която има по-строги екологични и социални правила?

☐ Да

☐ Не

☐ Зависи

15. Какво би ви мотивирало да бъдете по-отговорен турист?

☐ По-добра информираност за въздействието на туризма

☐ По-добро разбиране за въздействието на туризма върху околната среда и местните общности

☐ Лесно достъпна информация за устойчиви практики на място (табели, брошури, мобилни приложения)

☐ Финансови стимули (напр. намаления за екологично поведение, отстъпки и бонуси за избор на устойчиви услуги)

☐ Повече удобни и достъпни екологични опции (напр. кошчета за рециклиране, лесен достъп до обществен транспорт) - по-добър достъп до екологични алтернативи (например повече пунктове за рециклиране, лесен обществен транспорт)

☐ Лични убеждения и екологично съзнание

☐ Пряк контакт с местната общност и разбиране на техните нужди

☐ По-активно участие на туристическите компании и общините в популяризирането на устойчив туризъм

☐ Друго: _____

16. Бихте ли желали да получавате повече информация за устойчив туризъм и как?

☐ Да, чрез социални мрежи

☐ Да, чрез туристически агенции

☐ Да, чрез хотели и места за настаняване

☐ Не се интересувам

17. Какви допълнителни мерки според вас могат да насърчат туристите да бъдат по-отговорни?

Приложение 2: ВЪПРОСНИК КЪМ БИЗНЕСА

Настоящият въпросник е част от академично изследване, провеждано в рамките на докторска дисертация към Университета за национално и световно стопанство (УНСС), катедра „Икономика на туризма“. Темата на изследването е: **„Въздействието на отговорния туризъм върху устойчивостта на дестинацията“**, с фокус върху район Рила–Пирин.

Целта на анкетата е да се съберат мнения, наблюдения и практически данни относно прилаганите от бизнеса устойчиви практики, нивото на ангажираност и срещаните предизвикателства в туристическия сектор – включително хотели, къщи за гости, туроператори, туристически агенции и други свързани организации.

Всички отговори са **анонимни и ще бъдат използвани само за научни цели**, без публично посочване на фирмени или лични данни. Вашето участие ще помогне за формулирането на по-добри политики и препоръки в сферата на устойчивия туризъм

Благодарим Ви предварително за отделеното време и ценно съдействие!

ВЪПРОСНИК

към туристическия бизнес (хотели, туристически агенции, туроператори и други свързани организации) относно нагласите, прилаганите практики и предизвикателствата, свързани с отговорния туризъм

(част от академично изследване – докторантура в УНСС)

I. Основна информация за организацията

1. Вид на организацията:

   - ☐ Място за настаняване

- ☐ Туристическа агенция
- ☐ Туроператор
- ☐ Ресторант / заведение за хранене
- ☐ Друго (моля, уточнете): _____

2. Местоположение на бизнеса: _____

   (списък с падащо меню с избор от всички общини в района)

   - 1 Банско
   - 2 Белица
   - 3 Белово
   - 4 Благоевград
   - 5 Бобошево
   - 6 Гоце Делчев
   - 7 Гърмен
   - 8 Долна баня
   - 9 Дупница
   - 10 Костенец
   - 11 Кочериново
   - 12 Кресна
   - 13 Петрич
   - 14 Разлог
   - 15 Рила
   - 16 Самоков
   - 17 Сандански
   - 18 Сапарева баня
   - 19 Сатовча
   - 20 Симитли
   - 21 Струмяни
   - 22 Хаджидимово
   - 23 Якоруда

3. Големина на бизнеса:

   - ☐ Малък (до 10 служители)

- ☐ Среден (10-50 служители)
- ☐ Голям (над 50 служители)

4. Колко години Вашият бизнес е активен в туристическия сектор?

   - ☐ Под 1 година
   - ☐ 1-5 години
   - ☐ 6-10 години
   - ☐ Над 10 години

II. Информираност и възприятия за отговорния туризъм

5. Как оценявате значението на отговорния туризъм за Вашия бизнес?

   - ☐ Изключително важно
   - ☐ Важно
   - ☐ Няма съществено значение
   - ☐ Не е важно

6. Кои от следните принципи на отговорния туризъм прилагате във Вашия бизнес? (*може да изберете повече от един*)

   - ☐ Намаляване на пластмасовите отпадъци и рециклиране
   - ☐ Използване на енергийно ефективни технологии
   - ☐ Подкрепа за местната общност (*местни продукти, наемане на местни служители*)
   - ☐ Запазване на културното наследство и природните ресурси
   - ☐ Намаляване на въглеродния отпечатък (*устойчив транспорт, възобновяема енергия*)
   - ☐ Друго (моля, уточнете): _____

7. Какви според вас са основните предимства от прилагането на отговорни туристически практики?

- ☐ Подобряване на имиджа на бизнеса
- ☐ Намаляване на оперативните разходи
- ☐ Привличане на по-екологично осъзнати туристи
- ☐ Удовлетвореност на местните общности
- ☐ Друго (моля, уточнете): _____

III. Практически действия и ангажираност

8. Имате ли сертифициране за устойчив туризъм?

- ☐ Да, официален сертификат (напр. Green Key, GSTC, EMAS)
- ☐ В процес на сертифициране
- ☐ Не, но обмисляме възможността
- ☐ Не и не планираме

9. Какви инвестиции сте направили за подобряване на устойчивостта на Вашия бизнес?

☐ Соларни панели или възобновяема енергия

☐ Енергийно ефективни уреди и осветление

☐ Системи за управление на водата и отпадъците

☐ Програми за обучение на персонала в устойчиви практики

☐ 5 Друго (моля, уточнете): _____

10. Срещате ли предизвикателства при прилагането на устойчиви практики?

☐ Да, високи първоначални разходи

☐ Да, липса на подкрепа от институциите

☐ Да, ниска информираност на клиентите

☐ Не, нямаме затруднения

IV. Взаимодействие със заинтересованите страни

11. Как насърчавате туристите да бъдат по-отговорни? (повече от 1 отг)

☐ Предоставяме информация и насоки за устойчив туризъм

☐ Предлагаме стимули (напр. отстъпки за повторни посещения)

☐ Ограничаваме използването на пластмаса и замърсяващи продукти

☐ Организираме екологични и социални инициативи

Друго (моля уточнете)

12. В каква степен работите с местната общност?

☐ Активно сътрудничество с местни производители и доставчици

☐ Подкрепа за социални и културни инициативи

☐ Предоставяне на работни места за местни жители

☐ Не работим активно с местната общност

V. Обратна връзка и препоръки

13. Какви допълнителни мерки според вас могат да бъдат приложени за насърчаване на отговорния туризъм? (отворен въпрос)

[Място за Вашия отговор]

0 = няма отговор; 1= има отговор

_____

14. Каква подкрепа от правителството и институциите бихте искали за по-лесно прилагане на устойчиви практики?

☐ Финансови стимули и субсидии

☐ Облекчени регулации за устойчиви бизнеси

☐ Повече информационни и обучителни програми

☐ Друго (моля, уточнете): _____

ИЗПОЛЗВАНА И ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА

1. Великова, Е. (2020). *Sustainable environmental planning of a tourist destination Bulgaria – състояние и тенденции*. University of National and World Economy.

2. Донева-Янкулова, В. (2025). Туристическата политика на България: Анализ на развитието и стратегическите насоки. *Journal of Tourism*.

3. Маринов, В. (б.д.). *Предизвикателства пред устойчивото туристическо развитие в България*.

4. Панджерова, А. (2024). Устойчив туризъм и отговорно хотелиерство. *Journal of Tourism*.

5. Панджерова, А. (2025). Визия за туризма в 4 сезона по примера на община Банско. *Journal of Tourism*.

6. Попова, Н. (б.д.). Същност и особености на организацията на селския туризъм. - Год. В *На СУ, ГГФ* (стр. 2).

7. Портарска, В. (2017). *Управление на туристическите райони / Управление на маркетинговите организации на дестинациите*. София.

8. Серебрянный, Л., & Скопин, А. (1998). Поддерживаемое, сбалансированное или устойчивое развитие? - Известия Россиской Академии Наук. *Серия географическая*, (1).

9. Станоева, Л. (2023). Обзор на идеите за устойчивост и отговорност в туризма. *Съвременният туризъм – преосмисляне на възможности и модели за развитие – сборник с доклади от Международна научна конференция, посветена на 60-годишнината от основаването на Колеж по туризъм при Икономически университет – Варна: Наука и икономика*, 231–241.

10. Станоева, Л. (2024). АНАЛИЗ НА ПОЛИТИКИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ (ПО ПРИМЕРА НА ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН РИЛА-ПИРИН). *ГЛОБАЛНИ ВЛИЯНИЯ И ПРИОРИТЕТИ НА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА*, 400–416.

11. Цонев, Н., & Янева, М. и кол. (2023). Развитие на туристическите райони в България чрез моделиране на иновативни подходи при специализирани видове туризъм. В *София: Издателски комплекс – УНСС*.

12. Янева, М. (2025). Туристическата политика и Бранд България. Гостоприемство в четири сезона. *Journal of Tourism*.

13. Alejziak, & Alejziak, W. (2016). Multi-Level Governance jako instrument planowania rozwoju i zarządzania obszarami recepcji turystycznej. В Z. Młynarczyk & A. Zajadacz (Ред.Кол.), *Społeczno-ekonomiczne problemy rozwoju turystyki* (стр. 9–32). Bogucki Wydawnictwo Naukowe. http://turystyka.amu.edu.pl/tomy/tir16.pdf

14. Alola, A. A., Bekun, F. V., & Sarkodie, S. A. (2019). Dynamic impact of trade policy, economic growth, fertility rate, renewable and non-renewable energy consumption on ecological footprint in Europe. *Science of The Total Environment*, *685*, 702–709. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.05.139

15. Bagul, A. H. B. P., & Eranza, D. R. D. (2010). Success indicators for ecotourism site. *Social Transformation Platform, Universiti Sains Malaysia, Proceedings of Regional Conference on Tourism Research*, 82–88.

16. Baldo, M. D. (2016). Formal cooperation for developing sustainability and corporate social responsibility among tourism SMEs in Italy: Insights, limits and potentialities of the network contract. В *Key Initiatives in Corporate Social Responsibility* (стр. 103–129). Springer.

17. Baz, K., Xu, D., Ali, H., Ali, I., Khan, I., Khan, M. M., & Cheng, J. (2020). Asymmetric impact of energy consumption and economic growth on ecological footprint: Using asymmetric and nonlinear approach. *Science of The Total Environment*, *718*, 137364. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.137364

18. Blackstock, K. L., White, V., McCrum, G., Scott, A., & Hunter, C. (2008). Measuring responsibility: An appraisal of a Scottish National Park's sustainable tourism indicators". *Journal of Sustainable Tourism*, *16*(3), 276–297.

19. Blancas, F. J., Lozano-Oyola, M., González, M., & Caballero, R. (2016). Sustainable tourism composite indicators: A dynamic evaluation to manage changes in sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, *24*(10), 1403–1424.

20. Booyens, I. (2010). Rethinking township tourism: Towards responsible tourism development in South African townships. *Development Southern Africa*, *27*(2), 273–287.

21. Bramwell, B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., & Scarles, C. (2008). Research Perspectives on Responsible Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *16*(Special Issue 3), 253–257.

22. Brscic, K., Sugar, T., & Lovrecic, K. (2021). Indicators for sustainable tourism- case study of Istria region. B *Interdisciplinary Management Research XVII (IMR 2021). Book Series: Interdisciplinary Management Research-Interdisziplinare Management forschung. P.475-490*.

23. Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, *39*, 528–546.

24. Burghelea, C., Uzlău, C., & Ene, C. M. (2016). Comparative indicators of sustainable tourism. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, *16*(ue 3), 2284–7995.

25. Burrai, E., Buda, D.-M., & Stanford, D. (2019). Rethinking the ideology of responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(7), 992–1007.

26. Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tour. Geogr*, *1*, 7–25.

27. Caruana, R., Glozer, S., Crane, A., & McCabe, S. (2014). Tourists' accounts of responsible tourism". *Annals of Tourism Research*, *46*, 115–129.

28. Chandel, P., Parashar, A., & Indolia, U. (2015). *Responsible Tourism: A Roadmap For Sustainable and Comprehensive Regional Tourism development*. *17*.

29. Chettiparamb, A., & Kokkranikal, J. (2012). Responsible tourism and sustainability: The case of Kumarakom in Kerala, India. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, *4*(3), 302–326.

30. Coelho, C. (2017). Sustentabilidade da atividade turística do Delta do Parnaíba, Estados do Piauí e Maranhão, Nordeste do Brasil. *Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, *4*(8), 263–288.

31. Cooper, C. P., & Ozdil, I. (1992). From mass to 'responsible' tourism: The Turkish experience. *Tourism Management*, *13*(4), 377–386.

32. Cottrell, S. P., Vaske, J. J., & Roemer, J. M. (2013). Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management Perspectives*, *8*, 42–48.

33. Doğan, B., Balsalobre-Lorente, D., & Nasir, M. A. (2020). European commitment to COP21 and the role of energy consumption, FDI, trade and economic complexity in

sustaining economic growth. *Journal of Environmental Management*, *273*, 111146. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111146

34. Dogramadjieva, E. (2000). *Концепцията за устойчиво туристическо развитие като част от глобалната идея за устойчивост в съвременния свят*. *93*, 365–386.

35. Doneva-Yankulova, V. (2024). Tourism Policy and Business in Bulgaria: An In-depth Analysis. *Journal of Tourism, Policy and Business (JTPB), UNWE*, *1*(ue 1), 3033–0971, 35–62.

36. Durst, S., Dinler, E., & Ulvenblad, P. (2022). Crisis Leadership: What Do We Know by Now? В M. Valeri (Ред.), *Tourism Risk* (стр. 21–38). Emerald Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/978-1-80117-708-520221003

37. Dwyer, L. (2024). Measuring the Sustainability of Tourism (SF-MST): New Wine in an Old Bottle? *Sustainability*, *16*(14), 5867. https://doi.org/10.3390/su16145867

38. Elkington. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business, New Society Publishers: Gabriola Island, BC and Stony Creek*.

39. Elkington. (1999). Triple bottom line revolution – Reporting for the third millennium. *Australian CPA*, *69*(1), 75–77.

40. Environment, W. C. & Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.

41. European Commission. Directorate General for Enterprise and Industry. (2014). *Европейска система от показатели за туризма: Набор от инструменти за устойчиви дестинации.* Publications Office. https://data.europa.eu/doi/10.2769/44683

42. Fennell, D. A., & Malloy, D. (2007). *Codes of ethics in tourism: Practice, theory, synthesis*. Channel View Publications.

43. Fernández, J. I. P., & Rivero, M. S. (2009). Measuring tourism sustainability: Proposal for a composite index. *Tourism Economics*, *15*, 277–296.

44. Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Palomo Martinez, J., Kantenbacher, J., & Miller, G. (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: The European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, *31*(7), 1608–1630. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910281

45. Frey, B. S. U. (1985). B *Vandenhoeck & Ruprecht in Goettingen: Goettingen* (2nd изд.).

46. Gamage, T. C., & Tajeddini, K. (2022). A multi-layer organizational culture framework for enhancing the financial performance in tourism and hospitality family firms. *Tourism Management*, *91*, 104516. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104516

47. Godfrey, K. B. (1998). Attitudes towards 'sustainable tourism' in the UK: a view from local government. *Tourism Management*, *19*(3), 213–224.

48. Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Goodfellow Publishers Ltd.

49. Goodwin, H. (2016). *OverTourism: What is it and how do we address it?* https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/

50. Goodwin, H., & Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, *9*(3), 271–284.

51. Hall, C. M. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From first- and second-order to third-order change? *J. Sustain. Tour*, *4–5*, 649–671.

52. Haller, A.-P., Butnaru, G. I., Hârșan, G.-D. T., & Ştefănică, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth in the EU-28. Is there a tendency towards

convergence? *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, *34*(1), 1121–1145. https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1819852

53. Hanai, F. Y. (2009). Sistema de indicadores de sustentabilidade: Uma aplicação ao contexto de desenvolvimento do turis- mo na região de Bueno Brandão, estado de Minas Gerais. *Brasil*.

54. Higgins-Desbiolles, F. (2010). The elusiveness of sustainability in tourism: The culture-ideology of consumerism and its implications. *Tourism and Hospitality Research*, *10*(2), 116–129.

55. Ianeva, M., Georgieva, R., Portarska, V., & Basmadzhieva, S. (2024). Brand Bulgaria – Four-season Destination—Through the Public Communications. *Journal of Tourism, Policy and Business (JTPB), UNWE*, *1*(ue 1), 20–30.

56. ICRT-International Centre for Responsible Tourism (2010) Cape Town Declaration. (б.д.). Изтеглен на https://responsibletourismpartnership.org/icrt/

57. Jaini, N., Anuar, A. N. A., & Daim, M. S. (2012). The practice of sustainable tourism in ecotourism sites among ecotourism providers. *Asian Social Science*, *8*(4), 175–178.

58. Janošik, M., Popovic, G., & Vukotic, S. (2023). A multiple-criteria approach for the evaluation of comparative indicators of sustainable tourism. *Menadzment u hotelijerstvu i turizmu*, *11*, 113–125. https://doi.org/10.5937/menhottur2301113J

59. Klein, R. A. (2011). Responsible cruise tourism: Issues of cruise tourism and sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *18*(1), 107–116.

60. Luchiari, M. (2002). *Turismo e território: Sustentabilidade para quem? In. BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (orgs.). Redesco- brindo a ecologia no turismo*. EDUCS.

61. Marshall, J. D., & Toffel, M. W. (2005). Framing the Elusive Concept of Sustainability: A Sustainability Hierarchy. *Environmental Science & Technology*, *39*(3), 673–682. https://doi.org/10.1021/es040394k

62. Mathew, P. V., & M, N. P. (2022). Sustainable tourism development: Discerning the impact of responsible tourism on community well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, Journal of Hospitality and Tourism Insights. - Bingley : Emerald, ISSN 2514-9806, ZDB-ID 2935216-2. - Vol. 5.2022, 5, p. 987-1001*, *5*(5).

63. Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, *46*, 86–95.

64. McCool, M. & Nickerson. (2001). What should tourism sustain? The disconnect with industry perceptions of useful Indicators. *Journal of Travel Research*, *40*(2), 124–131.

65. Merwe, M., & Wöcke, A. (2007). An investigation into responsible tourism practices in the South African hotel industry. *South African Journal of Business Management*, *38*(2), 1–15.

66. Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards 'responsustable' tourism. *Journal of Cleaner Production, Special Volume: Sustainable Tourism: Progress, Challenges and Opportunities*, *111*, 461–470. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062

67. Mihalic, T., Kaspar, C., T., M., S., A., A., D., & L.D. (1996). Umwelteconomie in Tourismus; Paul Haup: Bern. *Sustainability*, *13*, 853.

68. Miller, E., Buys, L., & Summerville, J. (2007). Quantifying the social dimension of triple bottom line: Development of a framework and indicators to assess the social impact of organisations. *International Journal of Business Governance and Ethics*, *3*. https://doi.org/10.1504/IJBGE.2007.014314

69. Mitrică, B., Şerban, P.-R., Mocanu, I., Damian, N., Grigorescu, I., Dumitraşcu, M., & Dumitrică, C. (2021). Developing an Indicator-Based Framework to Measure Sustainable Tourism in Romania. A Territorial Approach. *Sustainability*, *13*(5), 2649. https://doi.org/10.3390/su13052649

70. Mody, M., Day, J., Syndor, S., Jaffe, W., & Lehto, X. (2014). The different shades of responsibility: Examining domestic and international travelers' motivations for responsible tourism in India. *Tourism Management Perspectives*, *12*(Octomber), 113–124.

71. Nelson, J. G., Butler, R. W., & Wall, G. (б.д.). *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*. University of.

72. Nguyen, T. Q. T., Johnson, P., & Young, T. (2022). Networking, coopetition and sustainability of tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *50*, 400–411. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.003

73. Niezgoda, A. (2023). Opportunities for evaluation of sustainable tourism – assessing the availability of ETIS indicators in Poland. *Turyzm/Tourism*, *33*(1), 57–66. https://doi.org/10.18778/0867-5856.33.1.06

74. Ólafsdóttir, R. (2021). The role of public participation for deter- mining sustainability indicators for arctic tourism. *Sustain- Ability*, *13*(1), 1–20.

75. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). Sustainable Development. Overview of Sustainable Development Indicators Used by National and International Agencies, SG/SD 5; Organization for Economic Cooperation and Development. (2002). Paris, France.

76. Pavlinović Mršić, S., & Čale, D. (2020). Analiza ETIS sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u gradu Splitu, Hrvatska. *Oeconomica Jadertina*, *10*(2), 41–58. https://doi.org/10.15291/oec.3164

77. Pérez, V. E., Santoyo, A. H., Guerrero, F., León, M. A., Silva, C. L., & Caballero, R. (2017). Measuring the sustainability of Cuban tourism destinations considering stakeholders' perceptions. *Int. J. Tour. Res*.

78. Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *J. Sustain. Tour*, 1–21.

79. Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2000). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. *Tour. Manag*, *21*, 1–7.

80. Rogers. (2003). Small towns: Big picture – social sustainability indicators and the arts. B *Social Dimensions of the Triple Bottom Line in Rural Australia, Bureau of Rural Sciences*.

Saarinen, J. (2021). Is Being Responsible Sustainable in Tourism? Connections and Critical Differences. *Sustainability*, *13*(12), Article 12. https://doi.org/10.3390/su13126599

81. Sariskumar, N., & Bhavan, T. (2018). *THE IMPACT OF RESPONSIBLE TOURISM ON DESTINATION SUSTAINABILITY AND QUALITY OF LIFE IN PASSIKUDAH TOURISM DESTINATION*. *03*, 5933–5959.

82. Smith, V. L. (1990). Alternative/responsible tourism seminar. *Annals of Tourism Research*, *17*(3), 479–480.

83. Stojanović, V. (2011). *Turizam i održivi razvoj [Tourism and sustainable development]. Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno—Matematički fakultet, Departman za turizam i hotelijerstvo*.

84. Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI.

85. The Cape Town Declaration, Cape Town. (2002). *International Conference on Responsible Tourism in Destinations*. https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/

86. The relationship between tourism and economic growth in the EU-28. Is there a tendency towards convergence? (2020). *Econ. Res. Ekon. Istraživanja*, 1–25.

87. United Nations Commission on Sustainable Development (UNCSD). Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Method- ologies; United Nations Commission on Sustainable Development (UNCSD. (2001).

88. United Nations Environment Programme (UNEP). Making Tourism More Sustainable—A Guide for Policy Makers. (2005). Paris, France.

89. University of Jammu, Udhampur Campus School of Hospitality and Tourism Management & The Business School, Jammu Tawi, Jammu & Kashmir, India, Manhas, P. S., Singh, R., Central University of Kashmir, Department of Tourism Studies, Ganderbal, Jammu and Kashmir, India, Fodor, G., Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Department of Earth Sciences and Tourism, Ukraine, Berghauer, S., Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Department of Earth Sciences and Tourism, Ukraine, Mir, M. A., Central University of Kashmir, Department of Tourism Studies, Ganderbal, Jammu and Kashmir, India, Dávid, L. D., & Hungarian University of Agriculture and Life Sciences, Institute of Sustainability and Farming, Department of Sustainable Tourism, Gödöllő, Hungary. (2021). EXAMINATION OF IMPACT OF RESPONSIBLE TOURISM PRACTICES ON QUALITY OF LIFE OF DESTINATION COMMUNITIES.

GeoJournal of Tourism and Geosites, *36*(2spl), 688–697. https://doi.org/10.30892/gtg.362spl17-699

90. U.N.W.T.O. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook; United Nations World Tourism Organisation*.

91. Velikova, E. (2019). Methodological Guidelines for the Sustainable Development of the Bulgarian Touristic Resorts through Reducing the Harmful Impact of Transport. *E3S Web of Conferences*, *101*, 01004. https://doi.org/10.1051/e3sconf/201910101004

92. Wheeller, B. (1990). Responsible tourism". *Tourism Management*, *11, 3*, 262–263.

93. Wheeller, B. (1991). *Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answer*.

94. World Tourism Organization (UNWTO) & Organization of American States (OAS). (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Good Practices in the Americas*. World Tourism Organization (UNWTO). https://doi.org/10.18111/9789284419685

95. Xin, T. K., & Chan, J. K. L. (2014). Tour operator perspectives on responsible tourism indicators of Kinabalu National Park, Sabah. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, *144*, 25–34.

96. Ajuntament de Barcelona. (б.г.). Pla de Turisme Responsable. Barcelona Turisme. https://www.barcelonaturisme.com/

97. Austria.info. (б.г.). Certified and sustainable accommodation in Austria. https://www.austria.info/en-gb/inspiration/sustainable-accommodation/

98. BNE-Portal. (б.г.). Was ist BNE? (Education for Sustainable Development). https://www.bne-portal.de/bne/de/einstieg/was-ist-bne/was-ist-bne_node.html

99. Club Arc Alpin. (б.г.). Official website of the Alpine Club Federation. https://www.club-arc-alpin.eu/en/

100. Deutscher Alpenverein. (б.г.). Официална страница на немския алпийски съюз. https://www.alpenverein.de/

101. Enel X. (2022, November). Energy efficiency in hotels: Case studies. https://corporate.enelx.com/en/stories/2022/11/energy-efficiency-hotels

102. European Commission. (2016). Ljubljana – European Green Capital 2016. https://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/winning-cities/ljubljana-2016/

103. Hilton. (2025). LightStay: Travel with Purpose. https://travelwithpurpose.hilton.com/wp-content/uploads/sites/4/2025/06/LightStay.pdf

104. Hospitality Insights. (2022). Hospitality trends: Energy shift in hotels. École hôtelière de Lausanne. https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-trends-energy-shift

105. Hoteles Silken. (б.г.). Official website. https://www.hoteles-silken.com/en/

106. Illuminem. (2023). Navigating towards sustainability: The future of responsible tourism in Venice. https://illuminem.com

107. Innovation Norway. (2021). Sustainable tourism strategy. https://businessnorway.com/

108. Ljubljana Tourism. (б.г.). Green Ljubljana – Slovenia Green certification. https://www.visitljubljana.com/en/visitors/travel-information/green-ljubljana

109. Municipality of Thira. (б.г.). Zero Waste Santorini programme. Municipality of Santorini.

110. Österreichischer Alpenverein. (б.г.). Официална страница на австрийския алпийски съюз. https://www.alpenverein.at/portal/index.php

111. Responsible Travel. (2022, July). Overtourism in Amsterdam. Medium. https://medium.com/@responsible_travel/overtourism-in-amsterdam-148db3ccfd67

112. Slovenian Tourist Board. (б.г.). Slovenian Tourism 2025: Building a more sustainable, competitive and resilient industry together. https://www.slovenia.info/en/press-centre/news-of-the-tourism-press-agency/31262-slovenian-tourism-2025-building-a-more-sustainable-competitive-and-resilient-industry-together

113. Switzerland Tourism. (2021). Swisstainable: Sustainability in Switzerland. https://www.myswitzerland.com/en/planning/about-switzerland/sustainability/

114. Umweltbundesamt. (б.г.). Vernetzt unterwegs: Smartphone, ÖPNV & CO. https://www.umweltbundesamt.de/themen/vernetzt-unterwegs-smartphone-oepnv-co

115. Venezia Autentica. (б.г.). Sustainable tourism in Venice. https://veneziaautentica.com/sustainable-tourism-venice/

116. Vincci Hotels. (б.г.). Vincci Hotels: Huella de Carbono. https://huellacarbono.vinccihoteles.com/

117. World Tourism Organization. (2010). Hotel Energy Solutions (HES) initiative. https://www.unwto.org/hotel-energy-solutions

118. World Tourism Organization. (2024). Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism (SF-MST). United Nations. https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/session_55/documents/BG-4a-SF-MST-E.pdf

119. Албена АД. (2023). Уведомление ESG. Извлечено чрез Investor.bg. https://www.investor.bg/media/files/bulletin/80a/6e18a20b611b607389c9afb08161680a%D0%A3%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20ESG.pdf

120. Нулеви отпадъци България. (б.г.). Официална страница. https://zerowastebulgaria.org/