



Co-funded by  
the European Union

# ДОКЛАД

Анализ на проведено анкетно проучване „Приложение на зелени практики в сферата на туризма, хотелиерството и ресторантьорството“



**Проект "Green Explorers"**  
**2022-2-BG01-KA210-VET-000098061**  
**Програма Еразъм +**

**2023**



Co-funded by  
the European Union

## СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ .....	1
АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ – РЕЗУЛТАТИ .....	3
РАЗВИТИЕТО НА УСТОЙЧИВ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС - ОБЗОР .....	24
ТЕНДЕНЦИИ.....	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	42
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	43



## ВЪВЕДЕНИЕ

Целта на изследването е да определи нагласите на местно ниво, в България за прилагането на съвременни екологични практики в сферата на туризма, които импонират на Зеления пакт и общоевропейските ценности за устойчив начин на живот и осигуряване на благоприятна среда за живот и за бъдещите поколения.

Проучването дава отговор на следните въпроси:

- каква е текущата ситуация в България по отношението на информираността и приложимостта на зелените практики в сферата на туризма
- какви са обществените нагласи по отношение внедряването на иновативни зелени практики по примера на европейските страни и определяне на насоките за развитие
- кои фактори влияят на субективното отношение на респондентите и ще допринесат за по-отговорното ни отношение като граждани и ползватели на природните ресурси.

На база доклада, изготвен от експертния екип по дейност 1. бе разработена **анкетна карта**.

Представители на РЦЕС и учители от ПГТ „Алеко Константинов“ – гр. Ямбол, формулираха въпроси свързани с най-често прилаганите европейски практики по отношение на устойчивия туризъм. Изследва се готовността и нагласата на българските граждани към прилагането на тези мерки, инструменти и дейности за опазване и съхраняване на природата, ресурсите, опазването на туристическите обекти и осъществяването на добросъвестен и отговорен туризъм.

Началните въпроси са насочени към емпирични индикатори като пол, възраст, образование, семейно положение, местоживеене, професия. Следват въпроси, които определят субективни данни като честота и предпочитания за потребление на туристически услуги, тип услуги, изисквания и др. Последните въпроси са свързани с личния опит, познаването и прилагането на екологични мерки в ежедневието



дейност, в работата и при ползването на туристически услуги, наблюденията относно приложимостта им в българската действителност. Включени са открити и закрити въпроси като целта е участващите в проучването да изразят своето мнение по проблема.

Настоящото емпирично социологическо изследване бе проведено изцяло **онлайн** чрез Google Forms и разпратено чрез имейл и съобщения до повече от 500 респонденти. За целта бяха използвани контактите на партньорското училище, НПО организации със сходна дейност, с които работят партньорите, социалните медии и др.

**Целева група** на анкетното проучване са икономически активни български граждани, които са настоящи или бъдещи ползватели на туристически услуги, услуги в сферата на хотелиерството и ресторантьорството. Подборът на участниците се осъществи на случаен принцип, за да се осигури равен шанс на хора с различно образование, социално положение, етническа принадлежност и т.н. да попаднат в извадката.

**Период** на провеждане на проучването: .....

**Брой респонденти:** 407 попълнени анкети

Дейността премина през следните **фази**:

Етап 1. Подготовка на анкетна карта

Етап 2. Провеждане на онлайн анкета

Етап 3. Обобщение, анализ и изводи

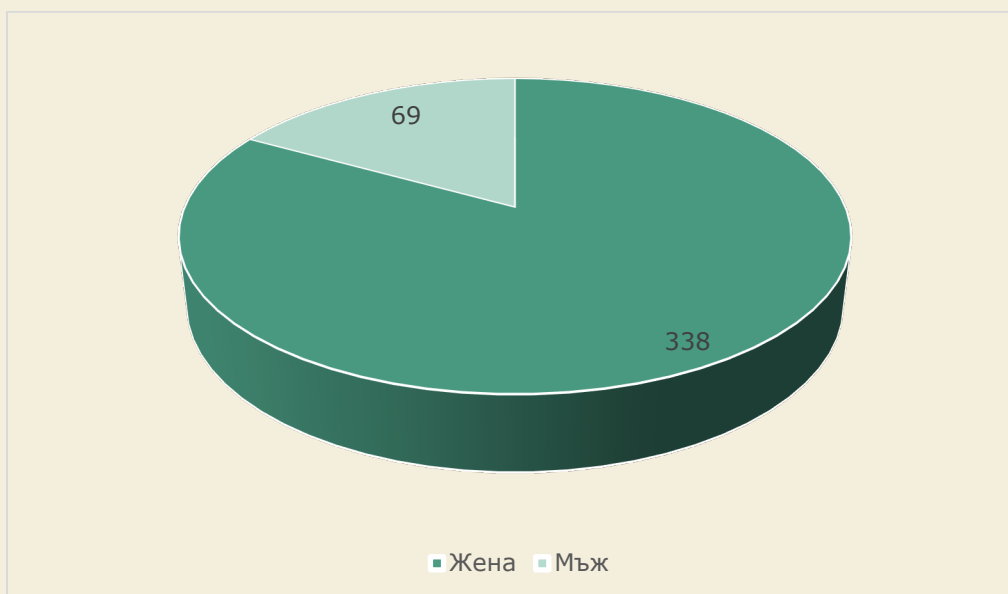
Получените резултати ще бъдат използвани за изработването на мерки и подпомагане процеса на адаптиране на учебното съдържание, с които да се осигури по-голяма практическа насоченост на професионалното образование и обучение по туризъм на целевите групи по проект **Green Explorers 2022-2-BG01-KA210-VET-000098061**. По този начин ще се спомогне за минимизиране на негативните нагласи, повишаване на осъзнатостта и значимостта на зелените практики и възможността за прилагането им в ежедневноста дейност на партньорските организации, в



обучението и в бизнеса за изграждане на отговорно и устойчиво общество.

## АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ – РЕЗУЛТАТИ

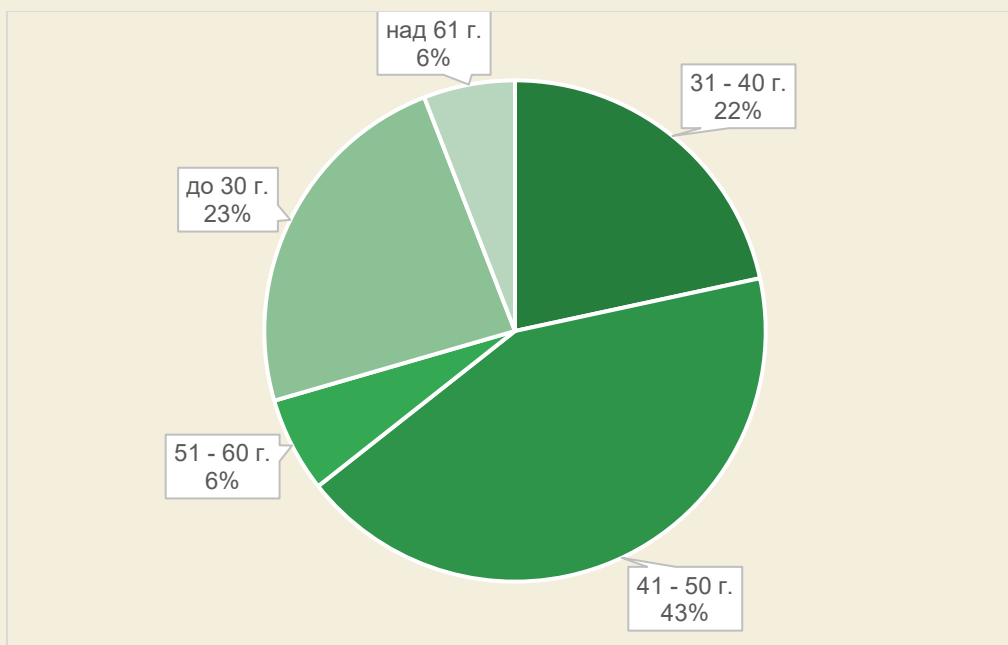
Първата група въпроси в анкетното проучване обхваща демографските характеристики на респондентите, полово-възрастовия им състав и социален статус.



**Фиг. 1. Разпределение на респондентите на анкетното проучване по пол и възраст**

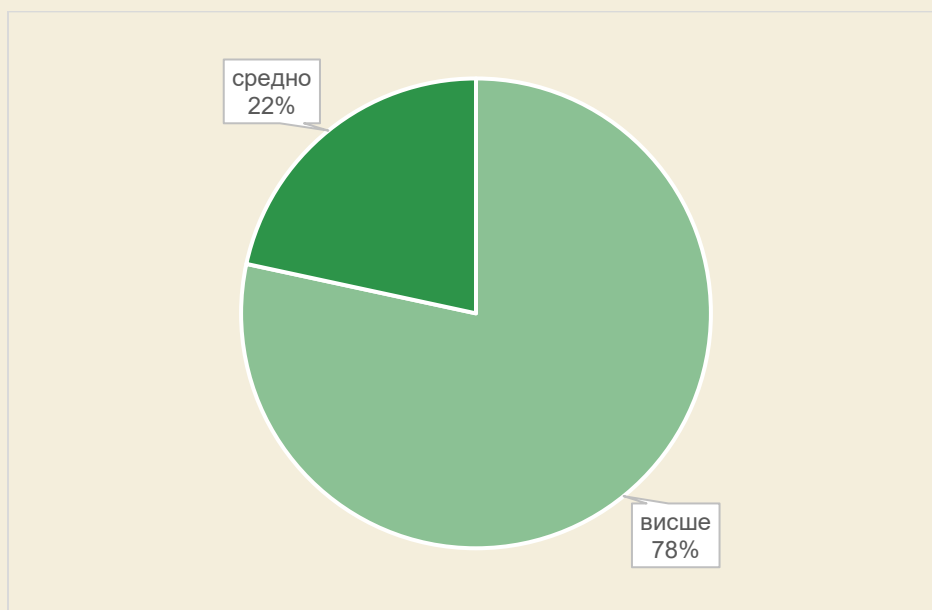
В изследването участваха 17% мъже и 83% жени. Този превес на дамите се очертава като тенденция при провеждането на анкетни проучвания. Мъжете са по-малко склонни да отговарят на въпроси, допитвания и анкети.

По отношение на възрастовата структура на респондентите можем да отбележим активното участие на лицата между 41 и 50 г., техният дял е 43%. Младежите до 30 г., участвали в анкетното проучване са около  $\frac{1}{4}$ , както и хора на възраст от 31 до 40 г. Най-малък е дялът на участниците над 50 г. като равномерно е разпределението по 6% за лицата на възраст между 51 – 60 г. и тези над 61 г. Това възрастово разпределение позволява обхващане мнението и нагласите на младежи и възрастни във всички възрастови групи.

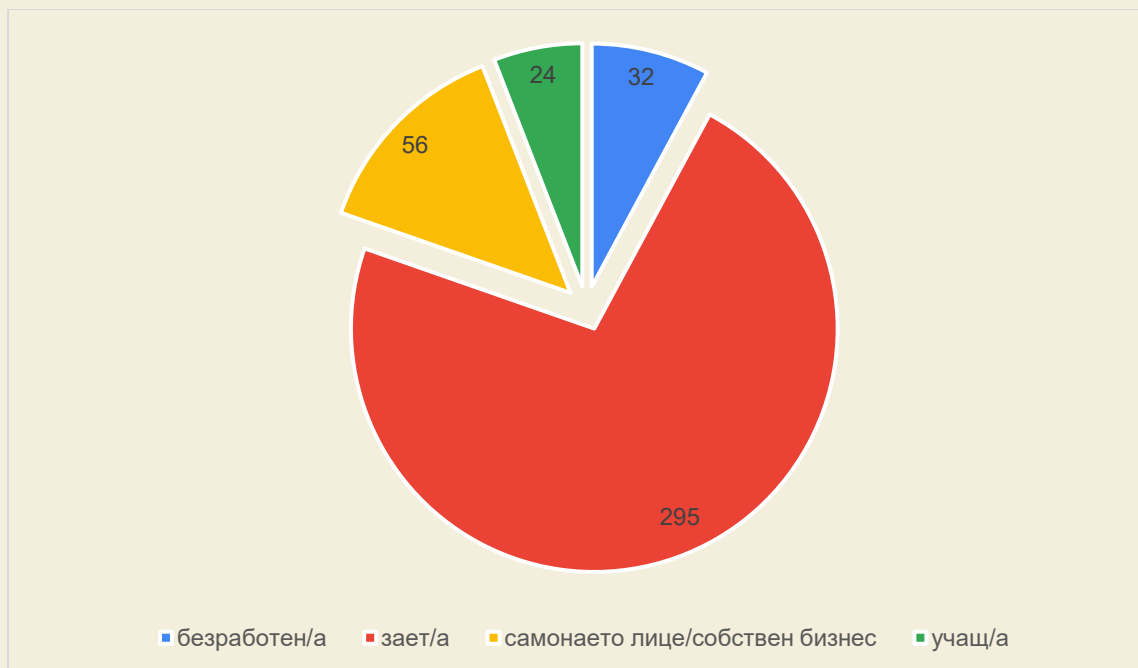


**Фиг. 2. Разпределение на респондентите на анкетното проучване по възраст**

Разпределението на анкетираните според степента на завършеното им образование е показано на фиг. 3. Делът на лицата със средно образование е 22%, което съответства на участниците - младежи на възраст до 30 г. Това са предимно лица, които в момента все още се обучават.



**Фиг. 3. Завършено образование**



**Фиг. 4. Заетост/занимание**

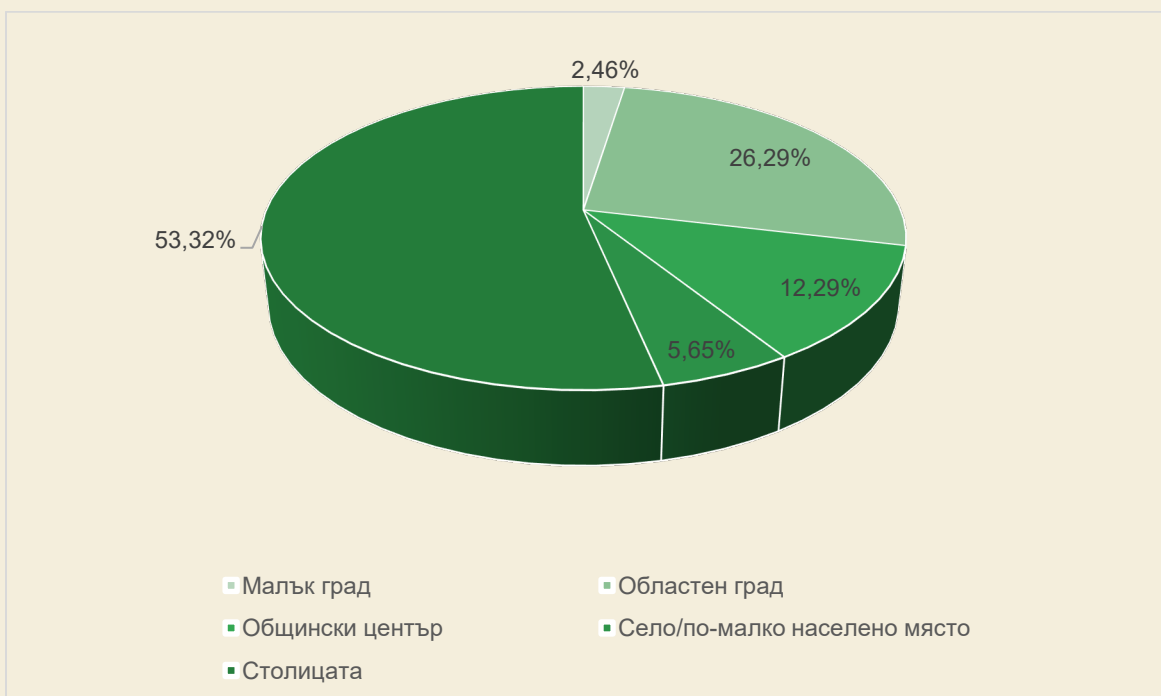
Най-голям е делът на заетите лица, участвали в анкетното проучване – 295 души или 72%. Учащите са 6% от респондентите, а самонаетите лица са 56 души (14%). Делът на безработните лица е едва 8%. Общо повече от 92% от попълнените анкети са достигнали до икономически активни граждани на България, които са целевата група на текущото проучване. Това още веднъж потвърждава значимостта и на резултатите и последващите изводи.

Социално-демографското разпределение на анкетираните лица показва над 66% от участниците са семейни или обвързани, а 34% са т. нар. „сингли“ (самостоятелно, живеещи). (фиг. 5) Тези резултати дават възможност да се направят изводи не само са нагласите на отделния потребител, но да се направят обосновани изводи за по-голяма целева група, обхващаща допълнителните членове на семейството на обвързаните респонденти.

По отношение на постоянното местоживеење преобладаваща част от анкетираните са жители на по-големи областни градове, вкл. Столицата – общо над 80%. Проучването обхваща 2,46% жители от малки градове, 5,65% живеещи в села и 12,29% жители на общински центрове. (фиг. 6)



**Фиг. 5. Семейно положение**

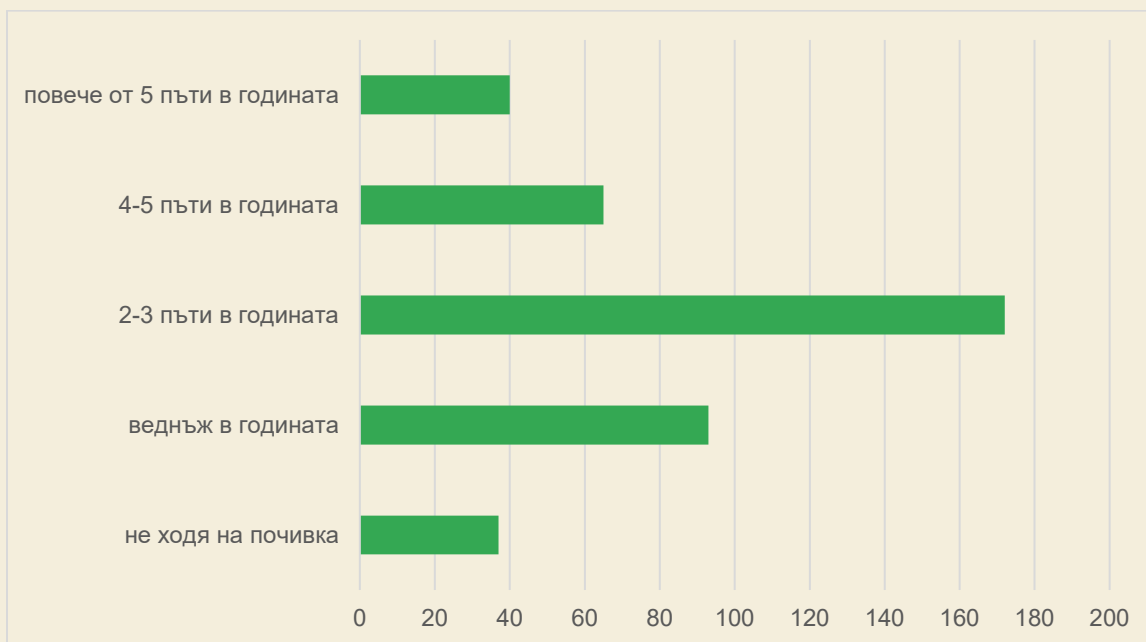


**Фиг. 6. Местожище**





Втората група въпроси обхваща личните предпочитания и изисквания на респондентите по отношение на туристическите услуги, интензитета и видовете туристически продукти, които потребяват.



**Фиг. 7. Честота на ползване на туристически услуги**

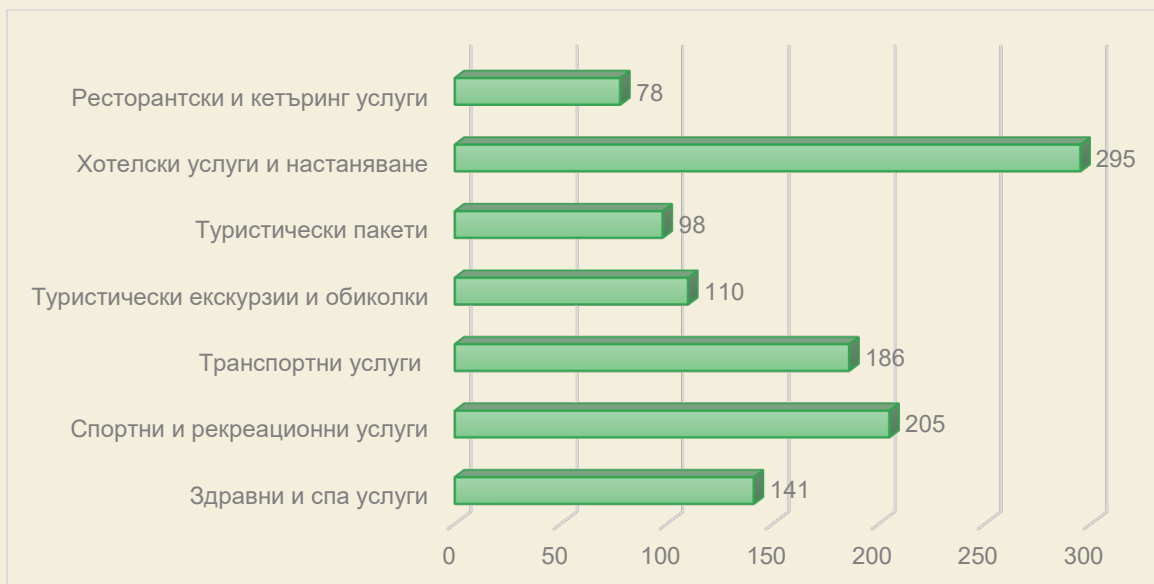
На въпроса „Колко често ходите на почивка?“ 9% отговарят, че не ходят на почивка. Всеки четвърти ходи на почивка поне веднъж годишно, а над 45% от анкетираните отделят поне 2 или 3 пъти време в годината за отмора. Хората в активна възраст между 30 и 50 г. най-често почиват, като това се случва повече от 4 пъти в годината. Тук се включват работещите граждани, които живеят в по-големите градове (областни центрове и Столицата), които имат по-високи доходи и имат повече възможности за отдих, почивка и/или туризъм. Най-голям дял от лицата, които не ходят на почивка живеят в малки населени места и са на възраст над 61 г.

Какъв тип туристически услуги предпочитате? – Този въпрос класифицира респондентите в различни групи, но множествения избор позволява да направим изводи за специфичните им предпочитания.

Най-често се потребяват хотелските услуги и настаняването, които са посочени като опция от 295 анкетирани. Следват спортните и рекреационните услуги – 205 души и транспортните услуги – 186



души. Значителен превес има в здравословните и спа услуги, които са приоритет за 141 души. Организираните туристически екскурзии и обиколки както туристическите пакети са с почти равен дял съответно 110 и 98 души. На последно място са ресторантските и кетъринг услуги – 78 души, които по-скоро се приемат като част от другите видове туристически услуги по настаняване или пакетни, туристически екскурзии.



**Фиг. 8. Предпочитани туристически услуги**

Ранкирането на изискванията на потребителите към туристическите услуги поставя в топ 5 както прагматичността, така и атрактивността. Най-важно за анкетираните е качеството на услугата (за 347 души). Това е нормално в условията на пазарна икономика и свободна конкуренция между предлагащите туристически услуги. Изненадващо е, на фона на инфлацията и високата финансова чувствителност на хората, че цената на туристическите услуги не е на първо място. Тя заема почетно второ място, като е посочено от 345 души. Локацията е на трето място по важност – 255 души. 174 анкетираните отдават значение на безопасността на предлаганата туристическа услуга, като тук по-голям дял имат лицата, които са обвързани или живеят на семейни начала. В топ 5 влиза и „Нови и вълнуващи преживявания“ – 148 респонденти го посочват като значим фактор. Тук се включват



основно по-младите хора до 30 г. и тези между 31 и 40 г., като по-голяма част от тях са необвързани.

В дъното на класирането остават устойчивостта на туристическите продукти и услуги – с едва 33 отговора. Това е сигнал, че все още устойчивостта не е толкова разпознаваема и търсена като ефект или добавена стойност към туристическата услуга, като в същото време е налице и по-ограничена разпознаваемост на термина. Все още в обществото устойчивостта се свързва предимно с екологичния ефект, не се откроява социални и икономически ефект.

Най-малък е делът на хората посочили „Достъпност за хора с увреждания“ (едва 9 души от общо 407). От една страна това може да се тълкува като знак, че по-малък е делът на хората с увреждания, които ползват туристически услуги, или като знак, че в българското общество малка част от хората са загрижени и ангажирани с хората с увреждания. И в двата случая е необходимо да се положат допълнителни усилия от всички нас за приобщаване, подкрепа и толерантност по отношение на уязвимите групи.

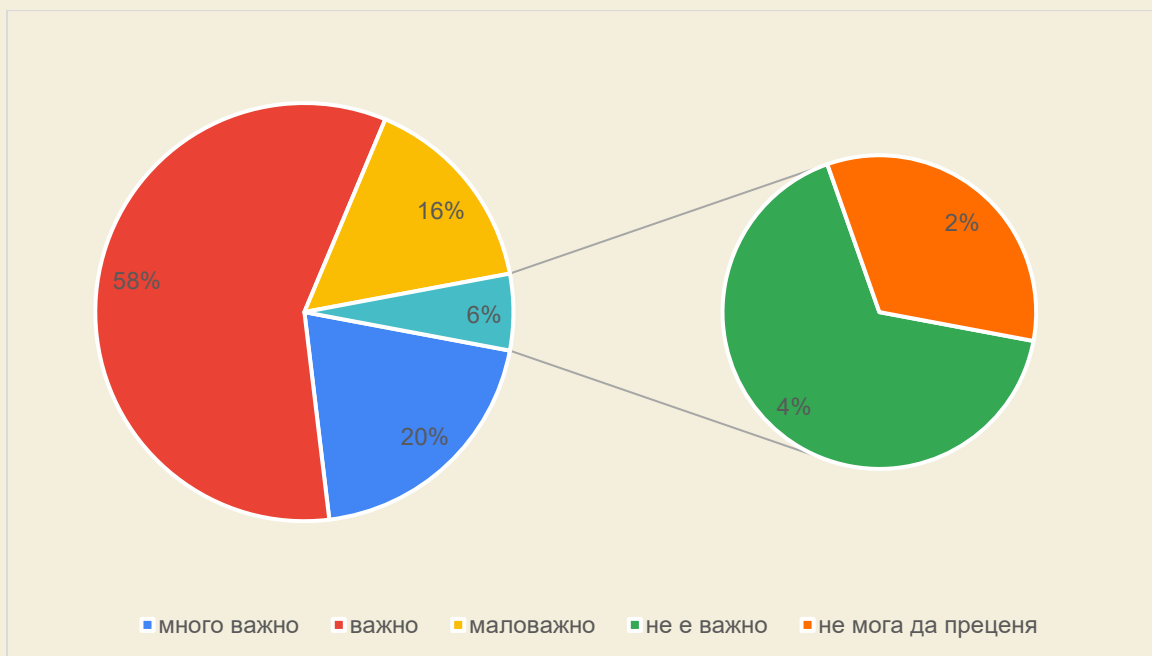


**Фиг. 9. Основни изисквания на потребителите към туристическата услуга**

Въпрос № 4. показва личното отношение и степента на важност на няколко различни фактора при избора на туристическа



услуга, продукт или дестинация. На фигури 10, 11, 12, 13 и 14 са отразени отговорите на респондентите.

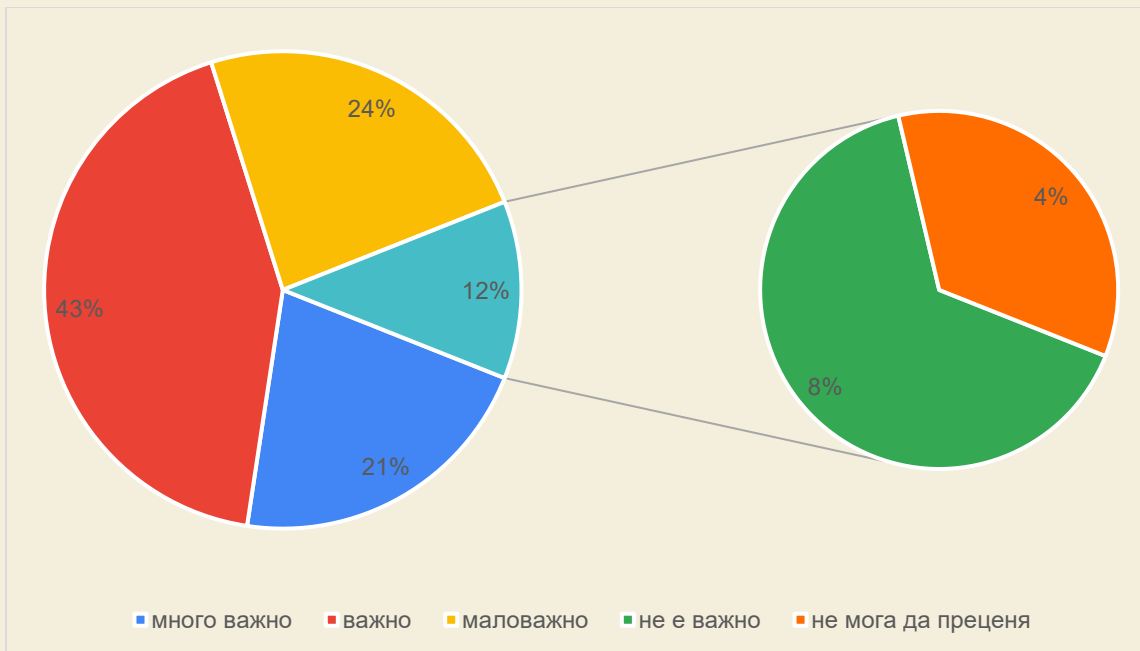


**Фиг. 10. Степен на важност: Хотелът, ресторантът или туристическият обект да прилага зелени практики**

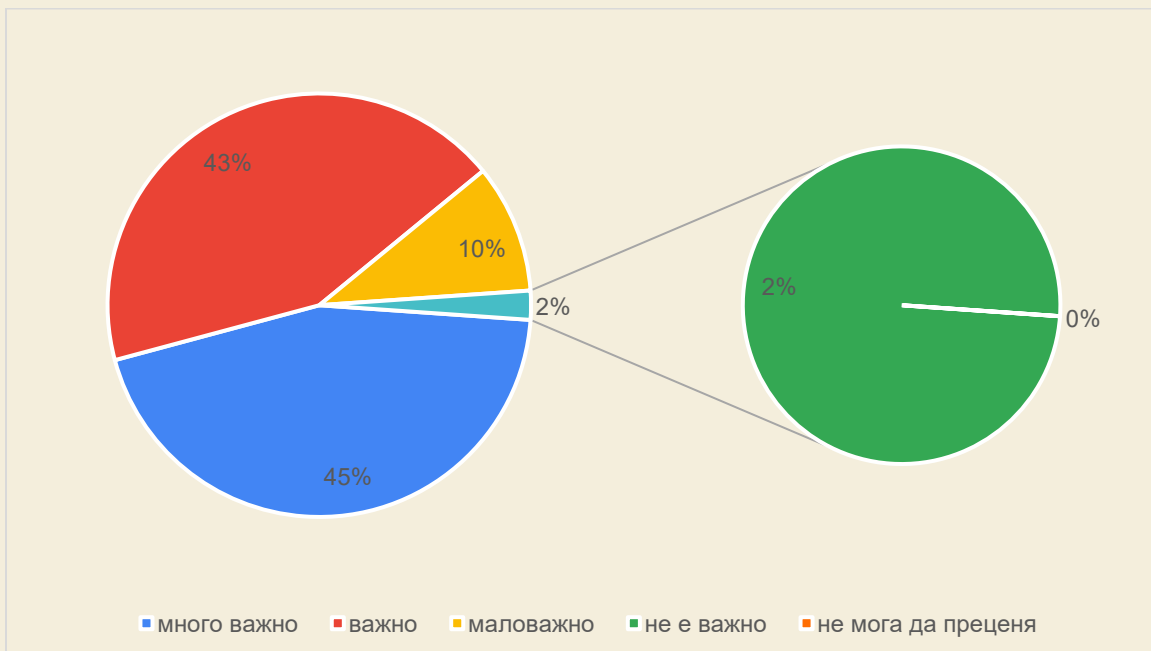
Всеки един от предложените фактори е оценен като важен, в различни степени, но като цяло можем да обобщим, че една от 0 до 10% от анкетираните не могат да дадат конкретна оценка или преценяват, че конкретните фактори са незначителни.

Висок е общият процент на респондентите отчитащи прилагането на зелени практики в туристическите обекти като значимо (важно и много важно) – общо 78 %.

Общо 64% от анкетираните приемат за важно и много важно прилагането на енергоефективни и енергоспестяващи практики в туристическите обекти.



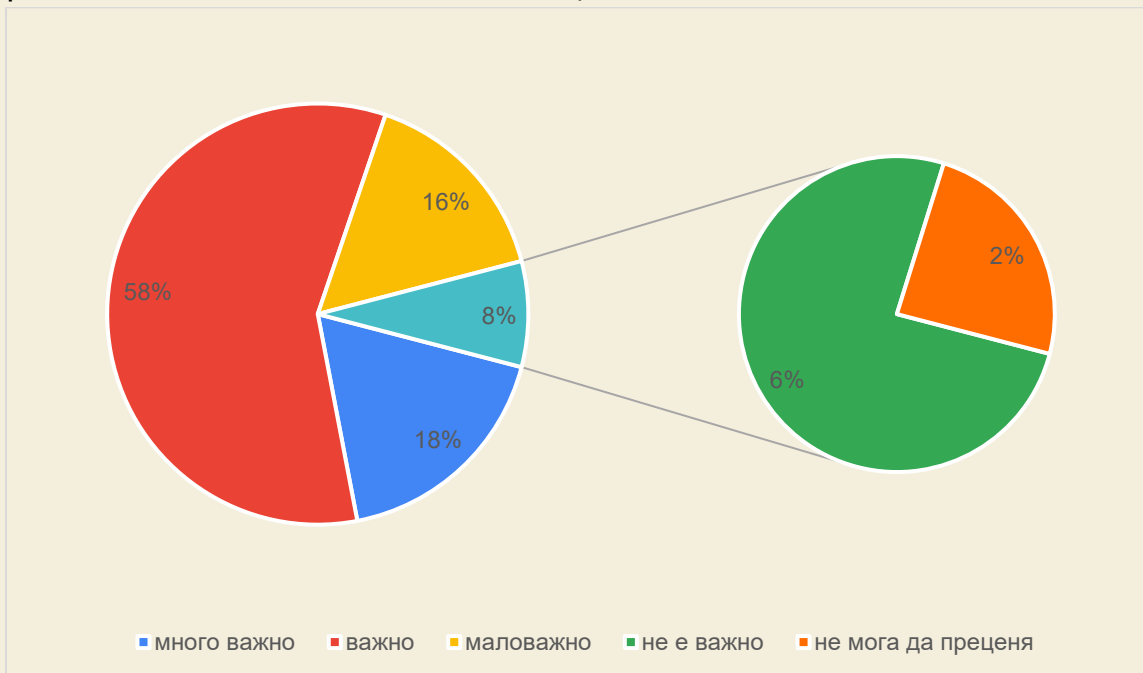
**Фиг. 11. Степен на важност: Обектът използва алтернативни енергийни източници, прилага методи за енергийна и водна ефективност и управление на ресурсите**



**Фиг. 12. Степен на важност: Ресторантът или хотелът работи с местни производители и предлага локални продукти**

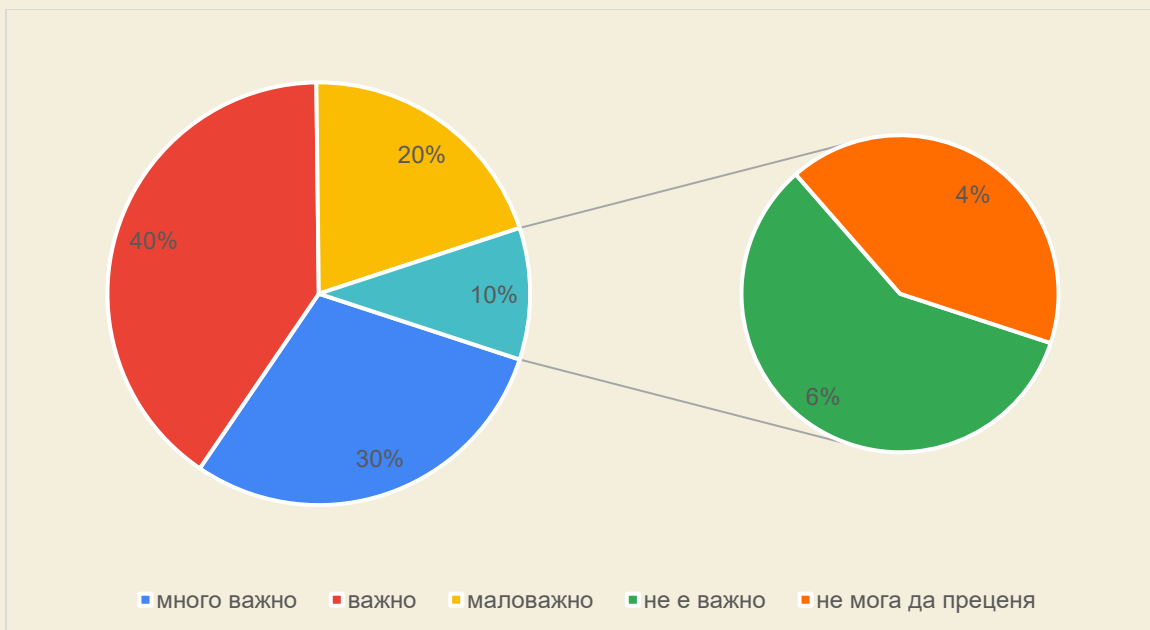


Резултатите от проучването показват, че най-значимо за потребителите е използването на местни продукти, вкл. и подкрепа на местните производители. Това е една от основните характеристики на българските туристи, които търсят автентичност, държат на традициите и са склонни да подкрепят и насърчават развитието на местните общности, бизнес и общество.



**Фиг. 13. Степен на важност: Наличие на информация за екологичните практики на мястото/дестинацията, където ще отседнете**

Друга характерна черта на българските потребители на туристически услуги е склонността и желанието им за информираност. Над 76% от анкетираните, или 3 от всеки 4 души предпочитат да се информират и да откриват по-лесно подробности за прилаганите мерки и практики за опазване на околната среда, биоразнообразието и културно историческото наследство на местните туристически обекти и дестинации.



**Фиг. 14. Степен на важност: Обектът рециклира отпадъците или ги преобразува в енергия**

В съвременните условия на живот и стремежът на обществото към опазване на здравето и живота на хората, ограничаване на вредното човешко въздействие все повече се прилагат разнообразни методи за разделно събиране и/или рециклиране на отпадъци, както и преобразуването им в алтернативна енергия. За значителна част от респондентите на нашето проучване - 70% (285 души) приемат за важно и много важно мястото или обектът, които посещават да рециклират или преобразуват отпадъците.

Следващият въпрос дава възможност да отчетем личните наблюдения на респондентите по отношение на прилаганите зелени практики в сферата на туризма, с които са се сблъскали в България. В дигиталната ера, в която живеем и бурния напредък на технологиите се очертават именно он-лайн технологиите и възможностите за електронно обслужване, електронно резервиране, електронно разплащане и комуникация като най-често срещана практика от почти всички анкетирани. Други често срещани зелени практики, прилагани в туристическия бизнес в България са разделното събиране на отпадъци (252), използването на биопродукти (249), електронен документооборот (150), рециклиране, пестене на енергия, вода и др.



Все още не е често срещан зеленият (еко) транспорт, както и компостирането, които са много ефективни методи за опазване на околната среда и намаляване на замърсяването и следва да се положат усилия както нормативни така и от всеки един от нас за да опазим природата и да осигурим устойчиво бъдеще на бъдещите поколения.

**Таблица 1. Какви зелени практики сте виждали да се прилагат в България в сферата на туризма, ресторантьорството и хотелиерството**

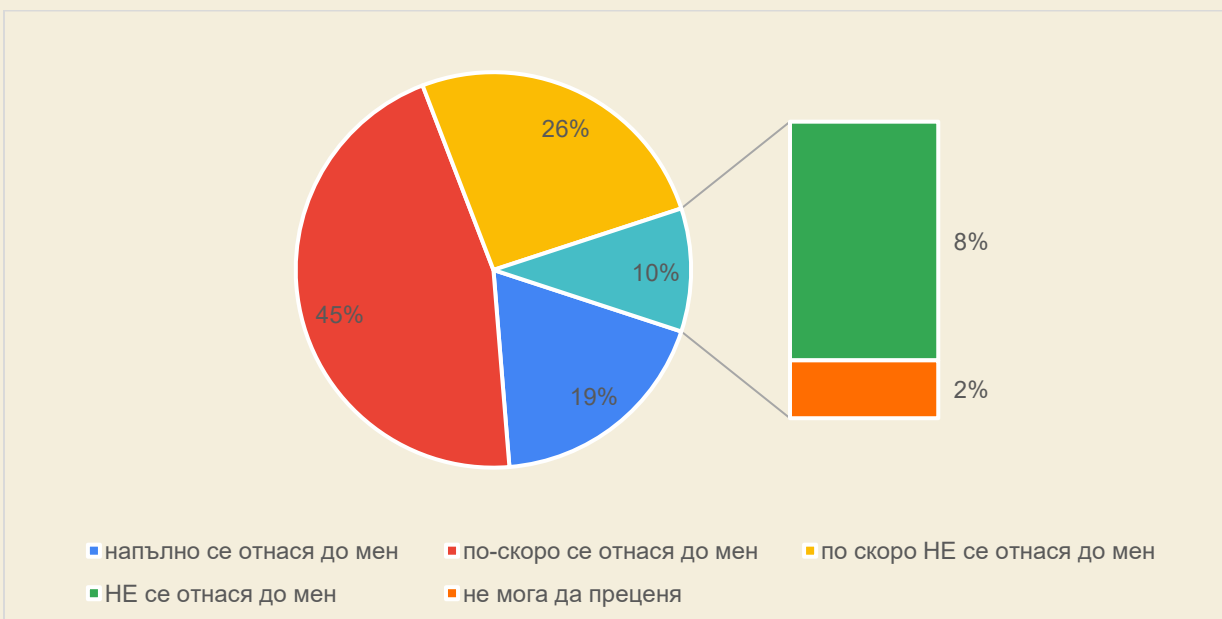
<b>Видове зелени практики, наблюдавани от респондентите в туризма</b>	<b>Брой отговори</b>
он-лайн системи за резервация, обслужване и заплащане на услуги	282
разделно събиране на отпадъци	252
използване на местни/био продукти	249
електронни/дигитални документи	150
използване на рециклирани материали	139
пестене на ел. енергия	126
използване на алтернативни източници на енергия	111
рециклиране	106
компостиране	70
зелен/еко транспорт	58
пестене на вода	44
ниито едно от посочените	36

Фигура 15. Отразява общата оценка на потребителите за прилагането на екологични и природоопазващи практики в сферата на туризма в България. Според 78% от анкетираният всеки посетен от тях обект прилага подобни практики. Това е позитивен знак за развитието на сектора в посока устойчивост и екологична ефективност. Освен това Отговорът на този въпрос показва още веднъж наблюдателността на респондентите, тяхното отговорно отношение към туристическите, ресторантьорски и хотелиерски услуги, както и положителната нагласа на по-голямата част от потребителите към прилагането на зелени практики.





**Фиг. 15. Как оценявате приложимостта и разпространението на зелени практики в туризма, ресторантьорството и хотелиерството в България**

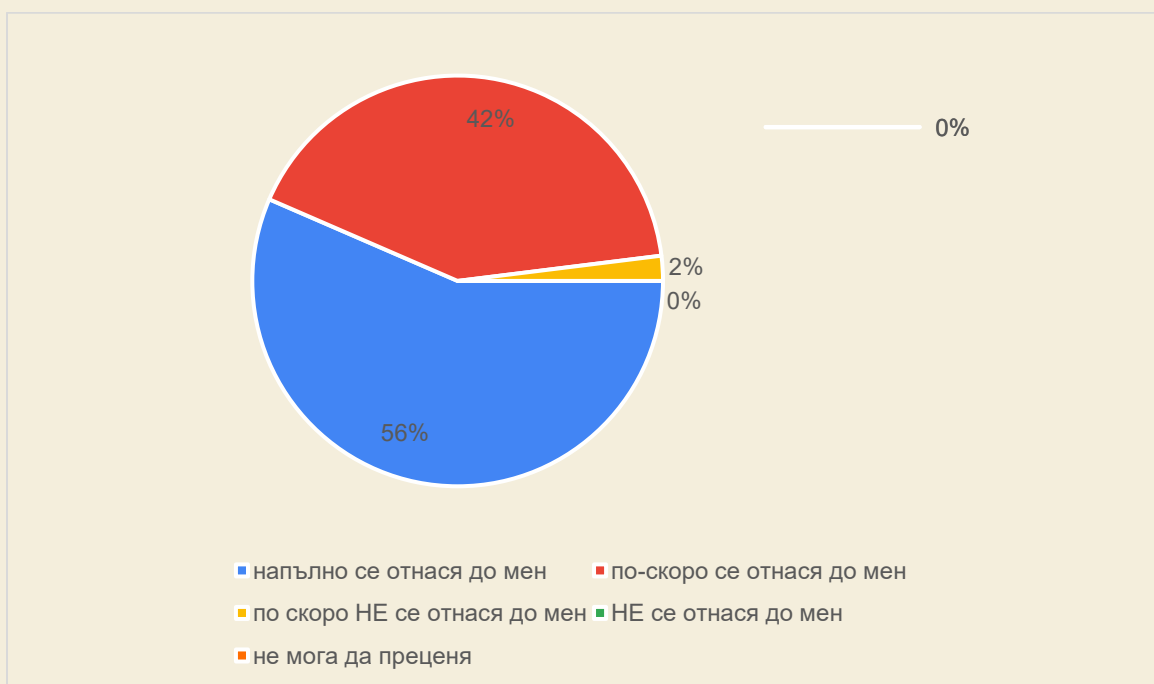


**Фиг. 16. Предпочитам да консумирам храна или напитки, произведени със зелени практики (например био, органични, веган или вегетариански продукти)**

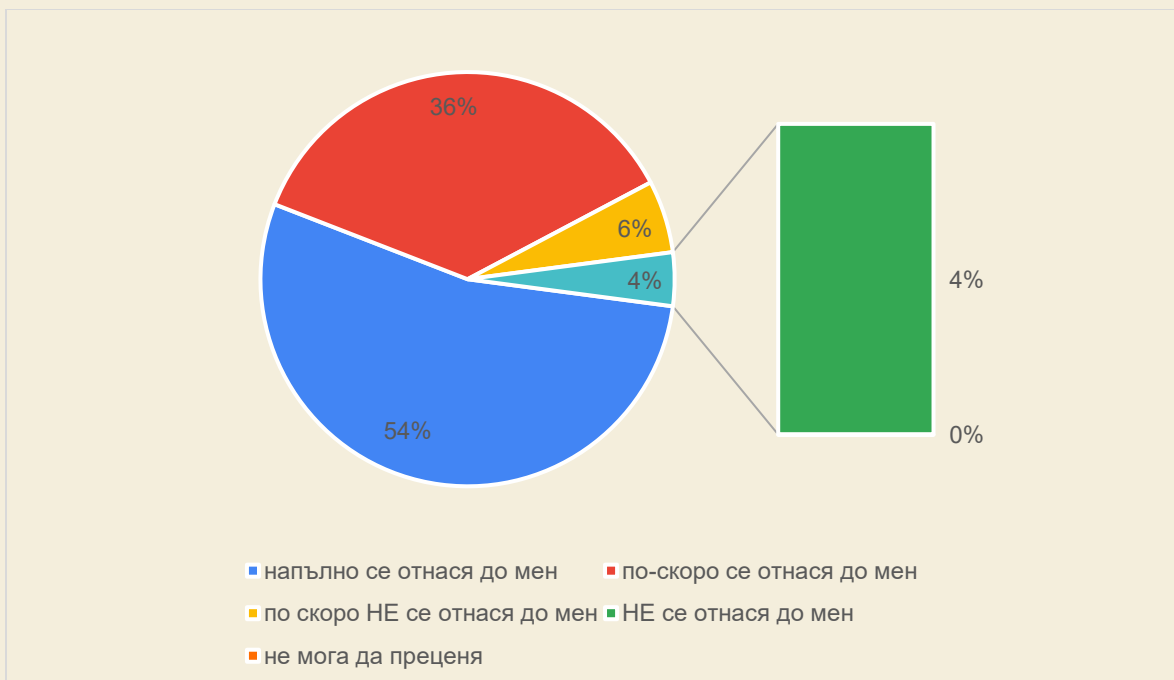


Фигури 16, 17, 18, 19, 20, 21 и 22 дават възможност на анкетираните за самооценка и изразяване на отношение към най-често прилаганите екологични практики в ежедневието. Резултатите очертават не само нагласата на отделните лица, но показват и отговорното им отношение и дори изграждането на „зелени“ навици. 64% от потребителите предпочитат да консумират продукти произведени по природосъобразен начин. Този резултат може да стимулира и насърчи туристическия сектор към прилагането на повече био, органични и местни продукти. А високият процент показва значително ниво на готовност за потребление и формиране на потребителски вкус и предпочитания към подобни продукти.

Почти всички респонденти (98%) декларират усилията си в посока намаляване отпадъците по време на пътуванията, почивка и туризъм. Това доказва готовността и позитивната им нагласа за полагане на повече усилия по отношение на опазването на природата и туристическите обекти, формирането на отговорни навици и поведение като потребители и като граждани на нашето общество.



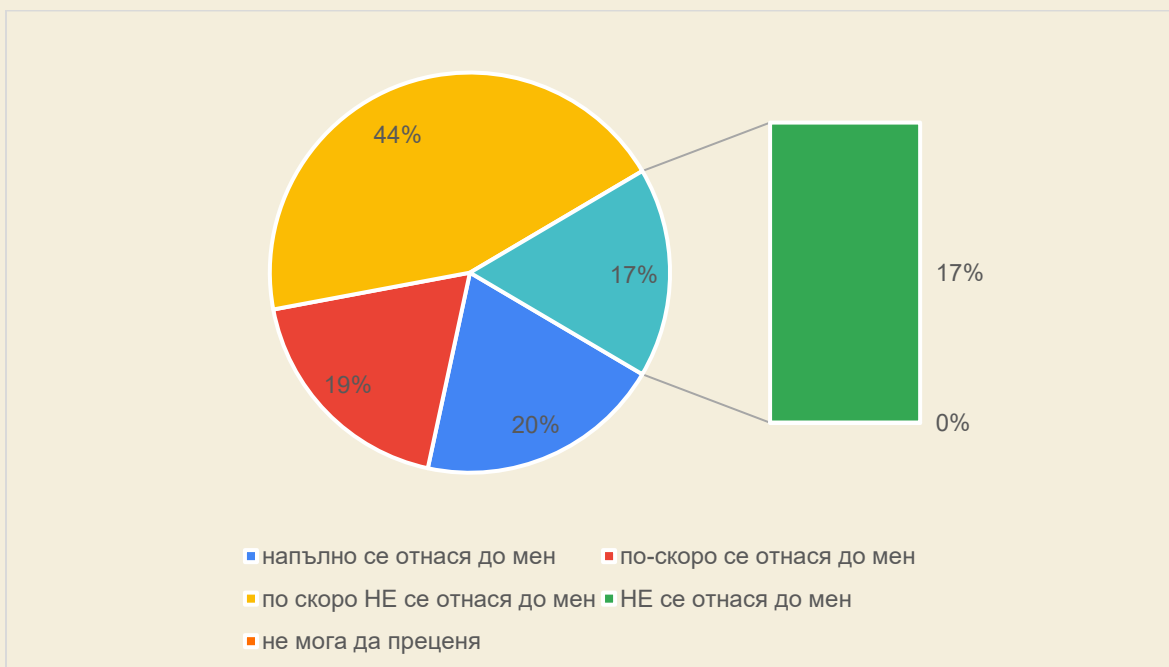
**Фиг. 17. Старая се да намаля отпадъците по време на моите пътувания и по време на почивка**



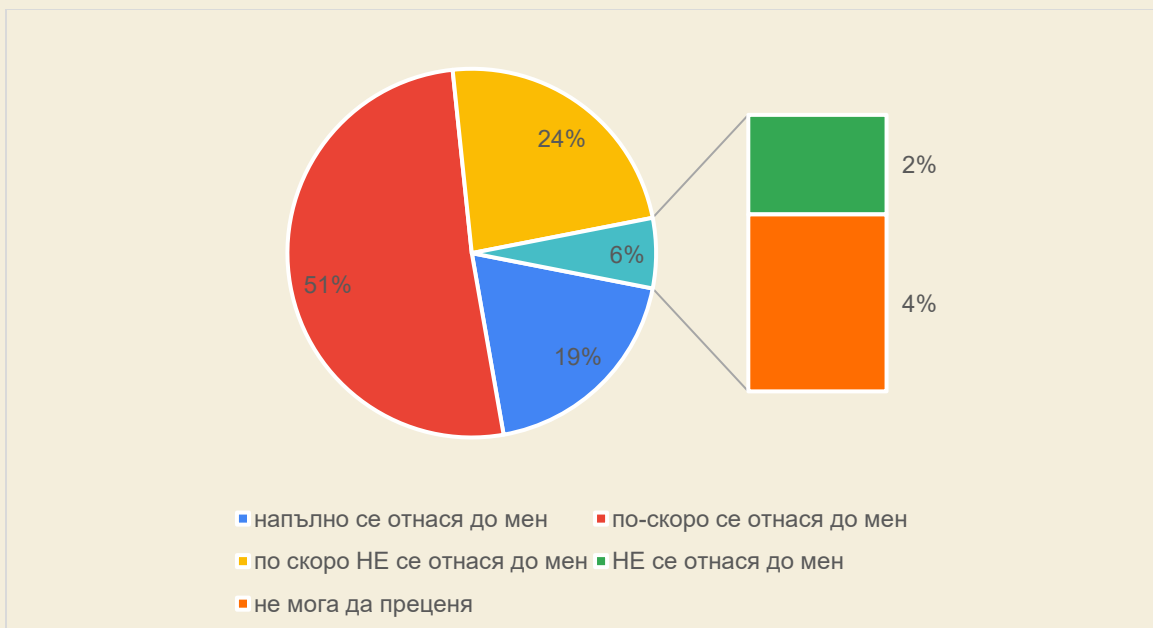
**Фиг. 18. Използвам собствената си чанта (за многократна употреба) за храна/напитки при пазаруване**

90% от анкетиранияте предпочитат да използват собствена чанта или чанта за многократна употреба при пазаруване. В последните години, особено след Ковид кризата се наблюдава категорична промяна в потребителското поведение. Изграждат се навици не само за по-голяма хигиена, дистанция, но и за пестене на средства и опазване на природата. Доказателство е, че почти всички анкетирани предпочитат консумативи за многократна употреба, като дори и в заведенията за бързо хранене и кафенета вече се използват такива. 20 % от анкетиранияте ползват ежедневно собствени бутилки/чаши за напитки, а още 19% са склонни или го правят с различна честота.

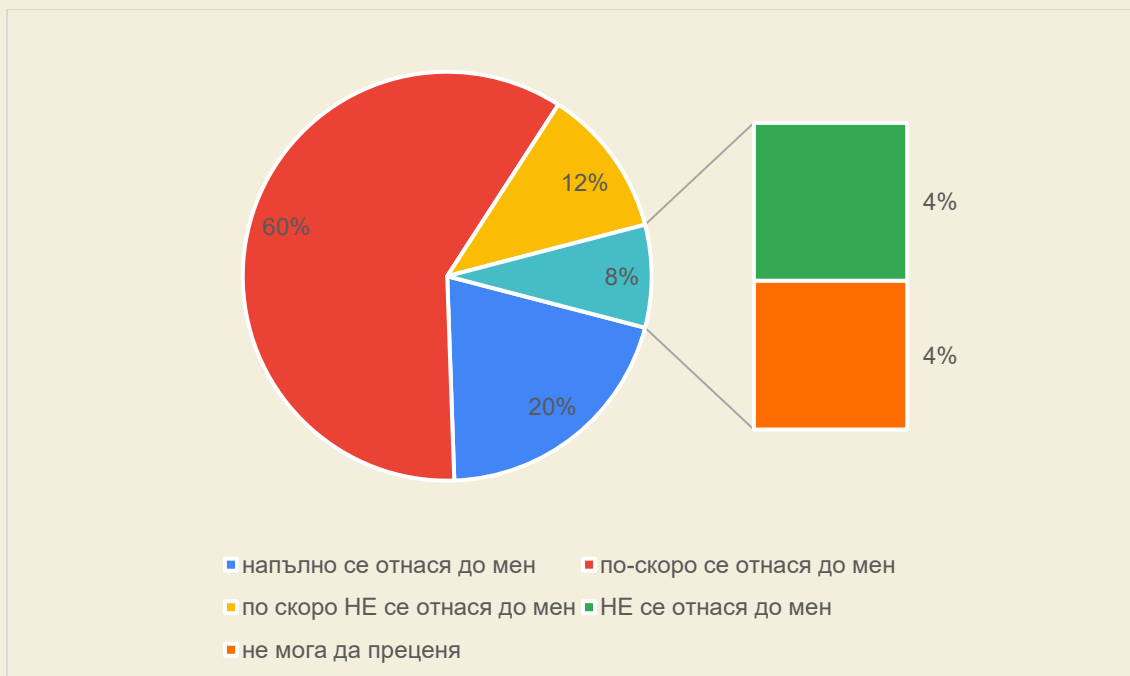
Положителна е тенденцията и в употребата на рециклирани материали и/или екологични алтернативно продукти. За 19% от респондентите е вярно твърдението, че често използват рециклирани продукти, а още 51% отговарят, че това твърдение по-скоро се отнася до тях. Очевидно нагласата на над 70% от потребителите към прилагането и използването на рециклирани и алтернативни екологични продукти е позитивна, като за някои дори това е и основно изискване.



**Фиг. 19. Използвам собствена бутилка/чаша(контейнер) за храна/напитки в кафенета и заведения за бързо хранене**



**Фиг. 20. Често използвам рециклирани продукти или екологични алтернативи продукти**



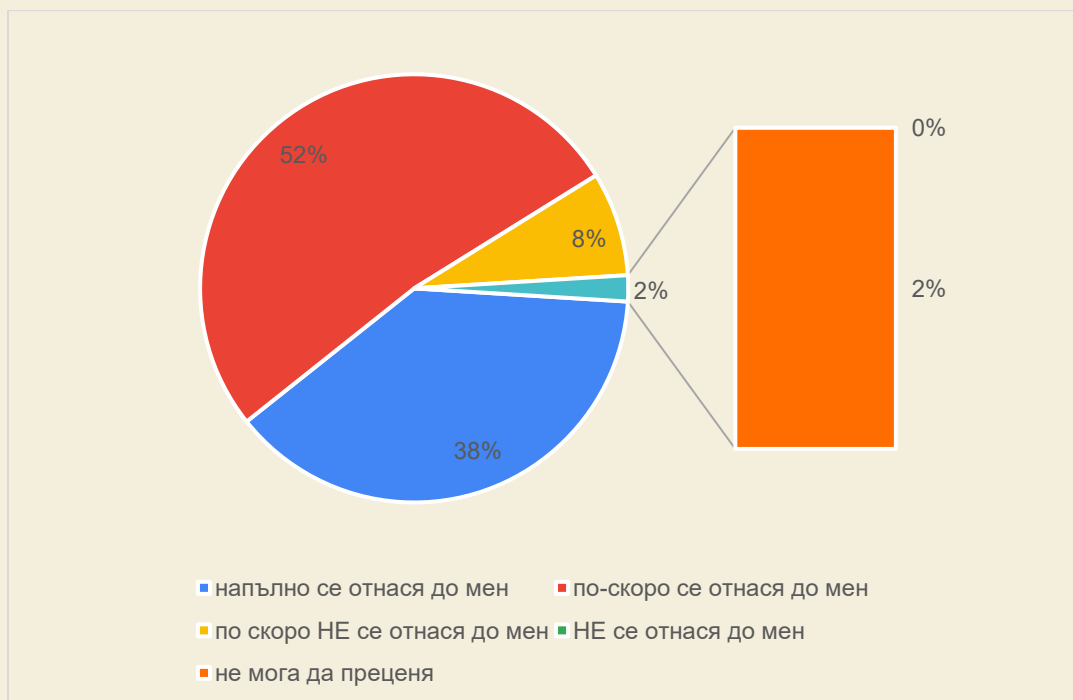
**Фиг. 21. Информирам се и се интересувам за прилагането на зелени и устойчиви практики за подобряване на живота, здравето и благополучието ни**

Фигура 21. отново показва положителното отношение на потребителите към процеса на информиране, търсене на допълнителни източници и пояснения по отношение на прилагането на устойчиви екологични практики. Личи си отговорното отношение не само към природата, но и към здравето и благополучието на обществото като цяло. Желанието за информираност е присъщо на повече от 80% от анкетираните, а делът на незаинтересованите е незначителен – едва 4%.

Най-масово приложима и разпространена зелена практика е пестенето на енергия. Това се отнася за всички потребители и до известна степен се налага през последните години както нормативно, така и икономически. Най-често това се изразява в смяната на осветителните тела с LED осветление, слънчеви колектори, възобновяеми енергийни източници и др. През последните няколко години все по-често се говори за алтернативната енергия, енергоспестяващи уреди, ВЕИ, различни видове изолация и т.н. Има редица възможности за национално и европейско допълнително (проектно) финансиране за подобни разходи. Всички тези мерки



правят приложимостта на тази мерки по-достъпна, по-бърза и лесно осъществима.



**Фиг. 22. Пестя енергия в дома си (енергоспестяващи уреди, осветление, отопление и др.)**

Отношението на всички анкетирани към опазването на местната природа и богатство, биоразнообразието и здравето е позитивно. Важно е да се отбележи че повече от 88% от респондентите приемат, че това е кауза и отговорност на всеки един човек, на всяка организация, на всеки бизнес и на всички държави. Това е обща цел на цялото общество и потвърждава максимата, че промяната започва от долу – нагоре. Отговорното отношение зависи от всяка малка единица, от всеки един от нас. Едва 4% от анкетираните все още не откриват собствената си роля в процеса на опазване на природата и осигуряването на устойчивост на обществото. Всичко това потвърждава готовността на българските потребители за прилагане на различни екологични, зелени, природосъобразни и енергоспестяващи практики както в ежедневието си, така и по време на своите пътувания, отдих и туризъм.



**Фиг. 23. Отношение на потребителите към опазването на местната природа и биоразнообразието**

Като отговорни потребители на туристически услуги анкетиранияте граждани посочват множество екологични практики, които прилагат по време на своите пътувания, отдих и посещения на забележителности.

**Таблица 2. Екологична култура и навици на респондентите**

Вие лично като турист, посетител и/или потребител на туристически услуги какви екологични практики прилагате	Брой отговори
електронни карти, билети и др. документи за ограничаване на хартиения отпадък	269
разделно изхвърляне на отпадъци	254
използване на продукти и консумативи за многократна употреба	254
пестене на ел. енергия	197
пестене на вода	189
консумиране/закупуване на биопродукти, местни продукти	129
използване на био продукти	118
рециклиране и повторно използване	86
консумиране на малкокомпонентни ястия	46
не прилагам	8



Най-лесно разпознаваемата и най-често прилагана зелена практика са електронните услуги, вкл. електронни карти, билети, електронни документи (фактури, брошури, пътеводители и др.), които намаляват значително хартиените отпадъци и спестяват време и в не редки случаи и финансови ресурси. На второ място (посочено от 254 респондента) са разделното изхвърляне на отпадъци и използването на продукти и консумативни за многократна употреба. Това е следствие от прилаганите национални и европейски регламенти за разделно събиране на отпадъка, както и ограничаването на международно ниво на потреблението на пластмасови материали и прилагането на заместители – алтернативи от хартия, метал и др.

Значителен е делът и на потребителите на туристически услуги, които полагат усилия за пестене на ел. енергия и вода – съответно 197 и 189 от анкетираните. Най-малко хора са отбелязали, че се стремят да консумират малкокомпонентни или еднокомпонентни ястия с цел спестяване на време, работна сила и ограничаване на отпадъците от храна – едва 46 души участвали в проучването. Това е една от възможностите за развитие и насърчаване на потребителите, включително повишаване информираността на обществеността по отношение на икономии и ползите от прилагането на тази зелена практика.

Последният въпрос (№10.) в анкетата проследява готовността и очакванията на потребителите по отношение прилагането в бъдеще на иновативни зелени практики. Отговорите на отделните въпроси позволяват през призмата на финансови фактори (като цената на определен продукт) да се отчете готовността за промяна в потреблението, в консумацията и в избора на туристически услуги, включващи по-отговорно и природосъобразно прилагане на екопрактики.

Повече от 330 от анкетираните, заявяват, че биха предпочели туристическите услуги да имат по-зелен характер, да се предлагат възможности за алтернативен транспорт, вкл. и зелени туристически маршрути.

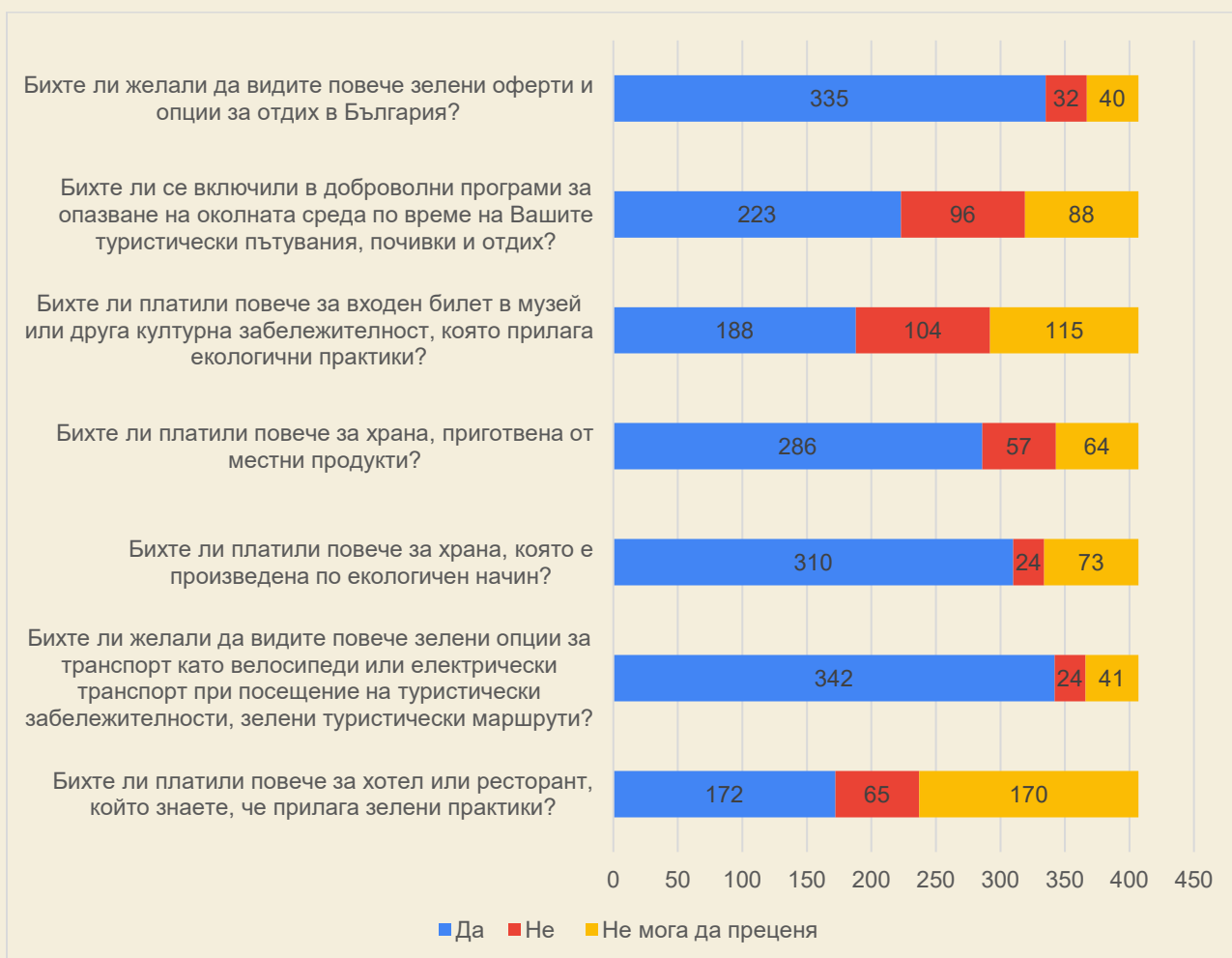
Цената като фактор в туристическото предлагане не оказва толкова голямо значение за потребителите, които са склонни да заплатят повече за посещение на музей или обект, който прилага





екологични практики, биха платили повече за храна, която е приготвена от местни продукти и по екологичен начин.

В понятието устойчивост, както и в ЦУР на ООН се включва и доброволчеството като начин за показване на добрия пример, насърчаване на единството, толерантността и приобщаването. Значителен е дялът на анкетираните, които с охота биха се съгласили да участват в доброволни програми за опазване на природата и туристическите обекти и дестинации – 223 души.



**Фиг. 24. Нагласи и очаквания на респондентите по отношение бъдещото потребление на туристически услуги**

Противоречиви са резултатите по отношение на по-високата цена, която са склонни да платят анкетираните за настаняване в хотел или хранене в ресторант, за който знаят, че прилага зелени



практики. Респондентите са разпределени: 172 – ДА и 170 – не могат да преценят. Това колебание все пак не отрича възможността да платят повече, като 65 са категорични, че не биха платили повече.

Можем да обобщим, че анкетираните потребители на туристически, хотелски и ресторантьорски услуги в България са с позитивна нагласа към прилагането на екологични и природоопазващи практики в сектора. Голяма част от тях имат по-високи очаквания от бъдещето предлагане и прилагане на тези зелени практики в туризма, като значителен процент дори са склонни да заплатят по-висока цена за определени продукти, които са произведени или са екологосъобразни.

## РАЗВИТИЕТО НА УСТОЙЧИВ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС - ОБЗОР

Практиките за устойчив туризъм могат да донесат значителни ползи за околната среда. Това включва редица екологични вектори - вода, енергия, климат, замърсяване, отпадъци и биоразнообразие, които могат да доведат не само до подобряване на устойчивостта на туристическия бизнес, но и до икономически, социален и екологичен растеж. Съобразявайки се с голямата хетерогенност на туристическите предприятия (някои с места за настаняване, а други с дейности, не предполагащи подобен тип инфраструктура), е необходимо да се обърне внимание на приложимостта на някои от предложените действия. Трябва да се има предвид, че не всички възможни действия за постигане на устойчивост, описани в настоящия модул, могат да бъдат приложими към всички ангажирани в сферата на туризма.

Опазването на водата и енергията предполагат две всеобхватни, допълващи се стратегии. Първата – повишаване на ефикасността посредством използване на технологии, но също и чрез промени в човешкото поведение относно потреблението. Втората стратегия обхваща използването на алтернативни ресурси, като например: възобновяема енергия, дъждовна или рециклирана вода. И двете стратегии могат да доведат до потенциално много важни екологични и икономически ползи (намалено потребление на вода и енергия;



използване на въглеродно-неутрални енергии; подобрения в сладководните екосистеми и др.)

Намаляването на замърсяването и отпадъците, свързани с дейността на туристическите фирми, също подобрява екологичните им показатели. Подходящите технологии, но особено човешкото поведение (много съществено по отношение на намаляването на отпадъците), отново излизат на преден план като стратегии за изпълнение. Организациите в бранша могат да предприемат действия, имащи множество предимства. Например, смекчаване на климатичните промени (т.е. намаляване на емисиите от замърсители, допринасящи за глобалното затопляне) може да бъде постигнато чрез намаляване на потреблението на енергия и вода, което от своя страна е в състояние да намали други форми на замърсяване, както и свързаните с това икономически стойности. Намаляването на отпадъците оказва влияние върху повечето форми на замърсяване, включително и тези, които допринасят за глобалното затопляне.

Биологичното разнообразие и опазването на ландшафта в сферата на туризма допринася за постигане на устойчивост чрез включване на свързаните с екосистемата услуги и взимане под внимание на техния капацитет за посещаемост. По този начин се постига по-голямо съответствие между икономическите и екологични цели.

### **Опазване на ресурсите: вода**

Като цяло, потреблението на вода в областта на туризма е по-голямо от това в битовия сектор. Един европейски турист изразходва около 300 литра вода всеки ден от престоя си, докато един европейски гражданин обикновено потребява около 150 литра вода на ден. Има различни причини, обясняващи тази разлика: градинско напояване в хотелите; наличието на басейни и други основани на ползването на вода съоръжения (джакузи, спа центрове); ежедневното почистване на стаята и пране; интензивните кухненски дейности; и поведението на туристите, свързано с взимане на вана или прекарване на повече време под душа. Повече от една трета от потреблението на вода в хотелиерството се осъществява в стаите за гости. От друга страна, комбинацията от потреблението в кухнята и пералните помещения се равнява на 40% от общата консумация. Потреблението на вода на глава от населението може да се различава значително в зависимост от вида на туристическия обект.



Например, в град Бенидорм, Испания, приблизителната консумация варира от 120 литра/човек/ден (lрd) при къмпингите до почти 600 lрd при вили с градини и басейни. В случая на хотелите, потреблението на вода обикновено съответства с категорията на хотела. Следователно, в заведенията с повече звезди обичайно потребяват повече вода, отколкото в обекти с по-малко звезди.

Ефикасността при потреблението на вода може да бъде подобрена чрез два основни взаимосвързани подхода: технология и поведение на потребителите. В случая на технологията, в момента има много системи, насочени към подобряването на работата на многобройните тела, присъстващи в стаите за гости, като редуктори на налягането в крановете, поточни аератори в душове или тоалетни с двойно промиване. По подобен начин, съвременните перални и кухни изразходват по-малко вода, отколкото в миналото. Ефикасността на повечето такива системи обаче е пряко свързана с поведението на потребителите. Ето защо комуникацията по отношение на опазването на вода е много важна, особено в банята.

Един от най-съществените принципи при управлението на потреблението на вода в битовия и туристическия сектор е да се осъзнае, че не винаги е необходимо да бъде използвана питейна вода. Някои употреби като пускането на водата в тоалетната, основното почистване или напояването на градини (представляващи част от цялостното потребление на вода) могат да бъдат извършени без да се използва питейна вода. За подобни нужди може да се употреби дъждовна вода или рециклирана сива вода, придобита след ползване на вани, душове или умивалници.

### **Опазване на ресурсите: енергия**

Потреблението на енергия от страна на туристите обикновено също е по-голямо, отколкото консумацията на жителите. По-специално туристическото настаняване се превърна в един от най-енергоемките сектори. Ползването на енергия при настаняването включва отопление и/или охлаждане на въздуха, осветление, готвене (при ресторанти), почистване, поддържане на басейни и ползване на топла вода в тоалетни помещения

Отоплението и ползването на топла вода съставляват по-голяма част от консумацията, след това са охлаждането и осветлението. Поради особена значимост на осветлението и инсталациите ОВК



(отопление, вентилация и климатизация), електричеството е най-същественният вектор на енергията при туристическите обекти. Както при потреблението на вода, консумацията на енергия се изменя на база типа настаняване. Потреблението зависи от наличието на удобства като басейни, помещения за спа процедури или наличието на електрически уреди в стаите за гости, повече от които са типични за хотелите, отколкото за други видове обекти за настаняване.

Туристическите организации могат да се възползват от наличието на множество технологии, предлагащи по-малко консумация на енергия при определен начин на ползване. В това отношение са уместни две основни области за действие. Първо, преминаване към по-ниско потребление и по-дълготрайно осветление, например чрез ползване на халогенни лампи с нажежена жичка, компактни флуоресцентни крушки (CFL), крушки тип Светодиод (LED). Второ, преминаване към А++ електрически уреди в стаите за гости и при пералните машини, сушилните и съдомиялните машини, както и в основните отоплителни системи.

Доказано е, че енергията от изкопаеми горива е ограничена и замърсяваща. От друга страна, възобновяемите енергийни източници имат много по-голям потенциал по отношение на достъпност, стойност и социално-екологични въздействия. Различни видове възобновяеми енергии са въведени в настоящите енергийни системи.

Усилията за опазване на водата и енергията не трябва да се разграничават, тъй като повишаването на енергийна ефективност често предполага намаляване на потреблението на вода и обратно. Например, консумацията на по-малко вода предполага по-малка необходимост от електричество за затоплянето ѝ за вани, душеве, перални, миялни машини и подобни. Освен това, необходимата енергия за затоплянето на водата може да бъде осигурена от възобновяеми енергии като слънчеви панели, което предполага намаляване на използването на стандартните изкопаеми енергийни източници и намаляване на вредните емисии на газове, които допринасят за глобалното затопляне. Освен това, чрез използването на подходящи програми за поддръжка на водните инсталации могат да бъдат предотвратени енергийните загуби.

Съвместното управление на източниците на вода и енергия, както и тяхната подходяща употреба, може да доведе до значителни ползи



за туристическите фирми. Една от тези ползи е намаляването на икономическите разходи. Замърсяване, унищожаване на местообитанията и ландшафта, застрашаване на видовете и т.н. могат пряко да се отразят на туристическите фирми, е необходимо те да предприемат действия за тяхното намаляване, но също така и за приспособяване към климатичните промени. Затова те следва да ограничат емисиите на парникови газове, да приспособят своя бизнес и дейност към променящите се условия на климата и да приложат както съществуващи, така и нови технологии за повишаване на ефективността при управлението на енергията, водата и отпадъците, с цел да бъде намален въглеродният отпечатък. Световната организация по туризъм към ООН (UNWTO) поставя четири основни цели, за да насочи туристическия бизнес към екологизиране и декарбонизация на сектора:

- Осъзнаване обхвата на проблема. С увеличаването на броя на туристите през следващите години се очаква също така бързо да нараснат емисиите на парникови газове, особено при селски и природен туризъм, при които понастоящем се отчита повишаване на търсенето и които са развивани основно от малки и средни предприятия.
- Предупреждение за проблема. Необходимо е туристическите фирми да бъдат подготвени да се справят с основните последствия от климатичните промени, най-вече при установяването на ранните прояви на промяната (наличието на медузи по плажовете, свидетелстващи за затопляне на морската вода; по-кратки ски сезони; повишаване наличието на нетипични за определена местност видове в традиционни екосистеми и т.н.)
- Приспособяване към проблема, особено към новите екологични условия, посредством намаляване потреблението на вода и енергия, ползването на алтернативни източници, намаляване и рециклиране на отпадъците и допринасяне за въглеродните компенсации посредством, например, градинарство и опазване на екосистемите.
- Отношение към проблема посредством присъединяване към по-широки мрежи за насърчаване на устойчивия туризъм.

Отпадъчните води се дефинират като използвана вода въщи, от предприятия, индустрии, селскостопански практики и други



човешки дейности, която съдържа разтворени или утаени твърди частици.

Отпадъчните води могат да съдържат различни органични и неорганични вещества, както и концентрации на метали и други съединения, които могат да бъдат пренесени на дълги разстояния и да засегнат здравето на човека и екосистемата, ако не се третират правилно.

Остатъците от отпадъчни води са недооценен ресурс. В рамките на кръговата икономика и в условията на нарастващия недостиг на вода, отточната вода придобива ново и критично значение и за туристическите организации. Намаляването и преработването на отпадъчните води може да бъде обобщено в три стъпки:

- **Предотвратяване.** По отношение на вида и обема на замърсяването. Необходимо е предприятията в сферата на туризма да упражняват контрол над качеството на отпадъчни води, за да намалят или премахнат напълно определени замърсители, както и да провеждат кампании, насочени към гостите, с цел да намалят потреблението на вода и посредством това да ограничат произвеждането на отпадъчни води.
- **Пречистване.** Инсталиране на оптимизирани системи за пречистване на отпадъчни води на място. Един интересен подход е да се използва биологична система, в която растителността подобрява качеството на отпадъчните води.
- **Повторна употреба.** Могат да бъдат разгледани две възможности. Една от тях е да се рециклира на място сивата вода, за да запълни резервоарите на тоалетните след първично, основно очистване. Тази мярка може да осигури намаляване с от 35% до 45% използването на водата от мрежата. Другата възможност е използването на преработена вода от пречиствателни станции за отпадъчни води. Такъв тип вода може да се използва за тоалетни казанчета, напояване на градините, почистване и други цели, при които не е необходимо водата да бъде годна за пиене.

Всеки международен турист в Европа генерира поне 1 килограм твърди отпадъци дневно и до 2 килограма в Съединените щати (UNEP). Туристите могат да причинят до два пъти по-голямо количество твърди отпадъци на човек в сравнение с местните жители (IFC), привнасяйки своите изисквания и начин на живот и отнасяйки се към отпадъците по същия начин, както са свикнали на



родното си място. Затова промените не са само количествени, но също и съставни, включвайки органични и опасни елементи с неблагоприятни въздействия върху околната среда при изхвърлянето им. Обектите за настаняване и ресторантите допринасят в голяма степен за отпадъците от опаковки (Eurostat,.), включително пластмаси и метали с високо съдържание на енергия. Освен това, отпадъците при туризма обикновено зависят от сезона и се произвеждат в области, уязвими на замърсяване. По този начин допълнително се натоварват съоръженията за управление на отпадъци по време на пиковите сезони, а ценни ресурси биват увреджани. Количеството на отпадъците се различава също в зависимост от вида на настаняването. Различията между хотелите от една и съща група се дължат на системата за управление на отпадъците на съответната община.

Твърдите отпадъци са основен източник на замърсяване на околната среда и трябва да бъдат надлежно контролирани, за да се избегне изхвърлянето им на непредназначени за това места. Третирането на твърдите отпадъци изисква консумацията на повече енергия и ресурси. Поради по-дългия процес на третиране/разграждане на твърдите отпадъци се освобождават повече парникови газове

Политиката на Европейския Съюз по отношение на отпадъците се развива през последните години, като отпадъците вече не се разглеждат като нежелана тежест, а като ценен ресурс и способ за насочване към кръговата икономика. Затова е установена йерархия на отпадъците, основана на „правилото на трите R“ (reduce-reuse-recycle – намаляване, повторна употреба и рециклиране), която може да бъде приложена във всички туристически обекти. На фигура 7 са представени стъпките, които следва да се спазват, като изхвърлянето е най-малко желаният вариант. Практиките за управление на отпадъците в туристическите фирми следва да бъдат съсредоточени върху следните действия:

- Намаляване на потреблението на продукти. Поощряване на доставчиците да осигуряват продукти, с ограничаване на опаковките и намаляване на токсичните материали. Заменяне на настоящите процеси, пораждащи повече отпадъци, с процеси с по-малко въздействие върху околната среда. Покупките могат да бъдат осъществени съвместно с други клиенти, за да бъдат намалени отделните и малки опаковки. Избягване на пластмасови продукти





или такива с ограничена употреба (бутилки, буркани и подобни) и заменянето им със стъклени бутилки, дозатори за сапун и прочие.

- Повторна употреба на материалите, при възможност. Повторното ползване или промененото предназначение на продукти за алтернативни цели (като ползване на старо желязо за създаване на произведение на изкуството). Закупуване на презареждащи се батерии и бутилирани продукти с възможност за връщане на бутилките. Ползване на органични отпадъци като тор и стара хартия за бележник, отпечатване от двете страни. Избягване на печатни писма и хартиени бележки за съобщаване на важна информация за служителите, ползване на информационни дъски вместо това.
- Рециклиране когато повторната употреба не е възможна. Наличието на добра система за разделно събиране на отпадъци улеснява управлението на рециклирането. Използване на преработени материали. Използване на контейнерите за рециклиране на отпадъците в обхвата на туристическите обекти.

Съхраняване на биоразнообразието, екосистемите и ландшафтите

Причините и последствията от изменението на климата и замърсяването не само се отразяват на околната среда, но също така влияят на туристическия сектор. Замърсяването засяга биологичното разнообразие и поражда парникови газове. Необходимо е туристическите фирми да преценят и контролират емисиите на парникови газове и въведат дейности за тяхното намаляване или компенсирание. Отпадъчните води следва да бъдат ефективно преработвани с цел повторна употреба. Вредните вещества не трябва да бъдат използвани и е необходимо да бъде разработен план за управление на твърдите отпадъци, с количествено обозначени цели и полезни практики.

Приносът към опазване на биологичното разнообразие в екосистемите и ландшафтите, включително в създадени от човека ландшафти, е основна задача на туристическите организации, особено ако дейността им е съсредоточена в обхвата на/ или близо до защитени области (природни паркове, естествени резервати и подобни) и целта е популяризирането на дейности, свързани с екотуризма. Съхранението на биологичното разнообразие в Европа



все още е далеч от оптималното. Като цяло, едва една трета от естествените среди са в относително добро състояние, което прави явна необходимостта от подобряване на настоящето положение (European Environment Agency). Чрез разработването на планове и действия, насочени към поощряване и подпомагане опазването на биологичното разнообразие, туристическите фирми могат да се превърнат в основен фактор за осигуряване на устойчивостта в естествените райони.

Опазването на биологичното разнообразие, на екосистемите и ландшафтите е още повече по-наложително, ако съобразим, че запазените екосистеми осигуряват ресурсите и подсиgurяват услугите, които имат съществено значение в икономическо и социално отношение. Задоволително съхранените и разнообразни екосистеми и ландшафти могат да осигурят множество съществени ползи от следните типове:

- Екосистемни услуги. Например опазване на водите и почвените ресурси, съхраняване и преработване на хранителни вещества, усвояване на замърсяванията от растенията (CO<sub>2</sub>) и способност за противопоставяне и възстановяване от смущения.
- Биологични ресурси. Например храна, вода, енергия, лекарства, дървени изделия, декоративни растения и т.н.
- Социални ползи. Например изследване, образование, туризъм, развлечения и културни дейности.

Биологичното разнообразие и туризмът могат значително да се облагодетелстват взаимно. Конвенцията за биологичното разнообразие (The Convention on Biological Diversity) разпознава туризма като съществен фактор за осигуряване и опазване на биоразнообразието, но също като източник на вредни влияния при неподходящо управление. В този смисъл, развитието на туризма с включване на нови дестинации се осъществява предимно за сметка на социалните и екологични въздействия и на опазването на биологичното разнообразие.

Затова, туристическите организации следва да поощряват съхраняването на биоразнообразието, на екосистемите и ландшафтите поради следните причини:



- Нарушените или замърсени екосистеми могат да възпрепятстват дейностите на открито или тези, свързани с природата, от които зависи силно дейността на туризма.
- Практикуващите екотуризм или тази разновидност на туризма, основана предимно на качеството на естествените екосистеми и пейзажи, постепенно стават все по-взискателни по отношение на опазването на тези пространства. Ако природните територии не са добре защитени, свързаните с екосистемата дейности могат да намалют или да напълно изчезнат с отрицателни последици за ММП.
- Екосистемите и създадените от човека ландшафти могат да представляват важен източник за осигуряване на биологично разнообразие и също трябва да се опазват. Градините и зелените площи, създадени от туристическите фирми, също представляват екосистеми и предлагат съществени екологични услуги за туристическия сектор. Например служат като местообитания за множество видове и намаляват потреблението на енергия за охлаждане на въздуха през лятото чрез осигуряване на сянка.

При опазването на биоразнообразието, екосистемите и ландшафтите туристическите фирми следва да се съобразяват и с уязвимостта на естествената среда, особено по отношение на способността на определени екосистеми или ландшафти да приемат определен брой посетители. Туризмът, и особено екотуризмът, представлява дейност с постоянно развитие, като нарастващият брой туристи в природните територии може да застрашава бъдещето на подобни области. Туристическите субекти, организиращи дейности, зависими до голяма степен от природни ценности и свързани с екосистемата услуги, трябва да съобразят понятието допустимо натоварване. Това понятие се отнася до пределите, след прехвърлянето на които определена природна или културна особеност (например естествен вид, пейзаж или произведение на изкуството) не може да поеме допълнителен брой посетители, тъй като след прехвърлянето на определения брой се преминава в процес на упадък и по този начин загубва своята ценност и притегателност. Определянето на този предел обаче винаги е трудно и подлежи на постоянна промяна. Оценката на състоянието на биологичното разнообразие и на натиска, упражняван от туризма върху екосистемите и ландшафтите, подлежи по-малко на количествено определяне, отколкото



преценката на други екологични натоварвания като потребление на енергия и вода, произвеждане на отпадъци и замърсяване на въздуха или водата. Предизвикателство за туристическите ММП е ползването на показатели с възможност за представяне на свързани със екосистемата услуги, които имат значение за посетителите. Въпреки това, инициативи като дефинирането на 24 екосистемни услуги в доклада „Оценка на екосистемите на хилядолетието“ (Millennium Ecosystem Assessment report), обхващащи прилагането на научни методологии, съсредоточени върху процеси, функции и взаимодействия между организмите и тяхната околна среда, могат да представляват съществен принос за туризма. Някои от тези свързани с екосистемата услуги се отнасят до културата и са особено ценни за туристи, които проявяват интерес към традиционните методи за управление на ресурсите (например ловни и риболовни практики). В този смисъл, туристическите ММП, които съсредоточават дейността си, например, в опазване на традиционните ландшафти, могат също да допринесат за повишаването на броя предлагани екосистемни услуги. По такъв начин е възможно селскостопанският туризъм да възпроизведе определени форми на управление на земеползването, които да осигурят различни екосистеми за производство на храна, всяка предоставяща собствен набор от услуги.

Взаимно полезни отношения между туристическите фирми и съхранението на биоразнообразието могат да бъдат проектирани според следните условия:

- Изпълнение на план за опазване и управление на биологичното разнообразие, според който е защитено и подпомогнато биоразнообразието в обхвата на определена дестинация посредством, например, включване на пакети за възнаграждение при извършване на дейности, потенциално засегнати от програмите за опазване.

- Насърчаване на включването на градини и други създадени от човека екосистеми в обхвата на услугите в сферата на туризма. В подобни градини трябва да са отглеждани типични за местността видове, да бъдат правени опити за привличане на диви животни и, при възможност, да бъде ползвана дъждовна или сива вода за поливане.



- Осъществяване на контрол над качеството на екосистемите чрез проследяване и избягване разпространяването на несъвместими видове.
- Въвеждане на програми за възстановяване, ако това е възможно, на стари екосистеми и ландшафти (например, агроекосистеми), познати със значителното си биологично разнообразие и съчетаващи природни и културни елементи.
- Съобразяване на препоръчаната допустима натовареност (например, по отношение на посетители за ден) за особено засегнати природни и културни ландшафти.

Като обобщение, опазването на биологичното разнообразие, на естествените среди, екосистемите и ландшафтите представлява основополагаща необходимост за туристическите организации, особено тези, които предлагат дейности, зависещи от естествената среда. Възможно е фирмите да извлекат полза от практиките за опазване, както и от стоките и услугите, осигурени от съхранените екосистеми и пейзажи. Същевременно, те могат да допринесат за създаването на нови екосистеми (градини, зелени области и подобни), повишавайки количеството и обхвата на съществуващите услуги.

Обобщение на основните изводи

- Потреблението на вода и енергия от страна на туристите обикновено е по-голямо, отколкото консумацията на жителите, и се различава значително в зависимост от вида на туристическия обект.
- Намаляването на потреблението на вода и енергия посредством технологии, поведение на ползватели и прилагане на алтернативни ресурси е възможност за предпазване на местните общности и околната среда, като същевременно с това бъдат намалени и икономическите разходи.
- Изменението на климата е вероятно най-съществената последица от глобалното замърсяване със значително отражение върху туризма. Туристическите фирми следва да се стремят да намалят въздействието си на климата и да се приспособят към климатичните промени и последици от тях.
- Отпадъчните води трябва да бъдат правилно третираны и използвани повторно при възможност.



- Управлението на твърдите отпадъци трябва да е съобразно правилото на трите „R“ (reduce-re-use-recycle) – намаляване, повторна употреба и рециклиране (преработване).
- Опазването на биоразнообразието би могло да се възползва от разширяването на предприятията, базирани на екотуризъм, но следва да бъде съобразено допустимото натоварване на уязвимите територии.

### **Туризмът и околната среда**

Хотелиерската индустрия представлява един от най-важните сектори на индустрията за пътуване и туризъм и е най-големият единичен работодател в света.

В сравнение с повечето други категории търговски сгради, жилищните съоръжения са уникални по отношение на експлоатацията, плановете, видовете предлагани удобства и услуги, както и произтичащите модели на използване на природните ресурси. Много от услугите, предоставяни от хотелите, са ресурсоемки, което води до значителен екологичен отпечатък. Наистина, туризмът е един от трите основни сектора, оказващи влияние върху околната среда, след промишлеността и селското стопанство.

Хотелите взаимодействат с околната среда на всеки етап от своя жизнен цикъл. Типичният анализ на жизнения цикъл показва че местоположението на хотела и строителната фаза представляват по-малко от 10 % от общото количество енергия, потреблена за период от 50 години, като по този начин се демонстрира важноста на въздействието върху околната среда по време на оперативната фаза на хотела. Следователно основното въздействие върху околната среда е най-значимо през оперативната фаза на хотела, поради което трябва да се положат усилия за намаляване на тези въздействия върху околната среда.

Спешна необходимост от намаляване на консумацията на енергия. Сред дейностите, които имат голямо въздействие върху околната среда, потреблението на енергия в хотела е основно. Хотелските съоръжения се нареждат сред първите пет по отношение на потреблението на енергия в сектора на третичните сгради (само по-малко отколкото хранителни услуги и продажби, здравеопазване



и някои видове офиси). Въпреки че няма колективни данни налични за световното потребление на енергия в хотелския сектор, Gösling изчислява, че 97,5 TWh енергия е била използвани в хотелски съоръжения по целия свят за 1 г. Освен това европейските хотели генерират почти половината.

Общият брой хотелски стаи в света (Евростат) се оценява на използване на общо 39 TWh (тераватчаса) на година (CHOSE). Като се има предвид, че почти 80% от енергията в света е получена от изкопаеми източници (IEA), секторът приносът към глобалните екологични проблеми, включително глобалното затопляне и изменението на климата, не е за пренебрегване. то е изчислено, че типичен хотел годишно отделя между 160 и 200 kg CO<sub>2</sub> на m<sup>2</sup> площ на помещението, в зависимост от горивото, използвано за генериране на електричество, отопление или охлаждане (EEO). Глобален хотелски CO<sub>2</sub> се приема, че емисиите са на ниво от 55,7 Mt (Gösling), докато Bohdanowicz изчислява, че европейските хотели отделят повече от 10 Mt въглероден диоксид годишно – като се има предвид изчислената енергия потребление от 39 TWh годишно. Тези цифри показват спешна необходимост от намаляване на потреблението на енергия в хотелиерство.

Насърчаване на решения за енергийна ефективност в сектора, особено за малките и семейни хотели. Един от начините за насърчаване на енергийната ефективност и разумното използване на енергията в хотелския сектор в Европа е насърчаването най-адаптивните, практични и рентабилни решения за по-малките хотели с цел подобряване на тяхната енергийна ефективност и използване на решения за възобновяема енергия.

МСП хотелите са важен пазар, към който да се насочите. Въпреки че не са докладвани конкретни данни от малкия бизнес, то се приема, че МСП хотелите представляват голяма част от потреблението на енергия от хотелиерския сектор, поне за две причини: секторът за хотелско настаняване в Европа е доминиран от малки предприятия, които осигуряват около 90% от общия брой стаи, като само 10% са собственост на водещи европейски хотелски оператори; проучванията показват, че малките независими хотели са по-малко проактивни по отношение на околната среда от големите хотелски вериги, тъй като повечето от тях подобрения на енергийната ефективност са въведени от големи хотелски вериги.



Фактори като предизвикателството да бъдем по-конкурентоспособни, значението на намаляването на разходите и нарастващата чувствителност за опазване на околната среда, всички се комбинират, за да създадат благоприятни условия за прилагане на енергийни решения за ефективност и въвеждане на възможности за възобновяема енергия.

Решения за енергийна ефективност, подходящи за използване в малки и семейни хотели

Класификация на енергийно ефективните решения в подходящи „групи решения“

Енергийната ефективност решенията, налични за МСП хотели, са класифицирани в три различни групи):

- групата решения за „енергиен мениджмънт“ компилира решенията, които се занимават с хотела енергийна политика, както и участие на персонала и гостите в мерките за пестене на енергия;
- групата решения „намаляване на нуждите от отопление и охлаждане на хотела“ съдържа технически решения за обновяване на екстериора на сградата, с цел намаляване на отоплението на хотела и нужди от охлаждане;
- групата за решения за „ефективност на оборудването“ компилира технически решения с цел подобряване ефективността на оборудването на хотела, или чрез по-добра оперативна система (чрез оборудване контрол и регулиране) или чрез подмяна на оборудване.

## ТЕНДЕНЦИИ

Дестинация България не е сред икономически най-развитите страни в Европа. Въпреки това, разполага с разнообразна и богата база от природни ресурси и разчита в голяма степен на туризма като един от основните сектори в развитието на страната и със значителен дял в БВП.

В бързоразвиващия се пейзаж на туристическото предлагане, в България се появяват нови тенденции през цялото време. Променящите се демографски показатели, напредъкът в технологиите и социалните промени в навиците помагат за създаването на важни нови туристически тенденции:





□ преодоляване на сезонната и пространствена концентрация – силно изразената сезонност на туризма е пряко свързана с доминирането на морския и зимния туризъм, като основна част от туристическия продукт на предлагането в България. Пространствената концентрация на туристическото предлагане води до реални и потенциални екологични проблеми в най-развитите туристически центрове и до концентриране на ползите от туризма в ограничени области;

□ разработване на диверсифицирани и отличителни туристически продукти за различни категории туристи, въз основа на естествените приоритети на България – наблюдава се стремеж за съчетаване на традиционните зимни спортове, стационарен ваканционен отдих и алпинизъм с други видове туризъм като спа, бизнес, културен, екологичен, познавателен, селски и приключенски туризъм;

□ подобрене на качеството на предлагането в туризма – стандартите за настаняване в хотелите ще продължават да се повишават, цели се изграждане на модерна туристическа инфраструктура с повече допълнителни услуги;

□ въвеждане на нови технологии – новите технологии позволяват автоматизирането на дейности, които доскоро потребителите трябваше да извършват сами. Очакванията са през 2025 година по-голямата част от световното население да има достъп до интернет. Смартфони, лаптопи, таблети и други мобилни устройства вече са част от основния арсенал на пътуващите. Наред с това се появяват все повече мобилни приложения в помощ на потребителите, така че да се улесни нелекия процес по организация на едно пътуване;

□ пакетиране на екотуристически дейности от туроператорите – България е първата страна в Източна Европа, развила стратегия за биоразнообразието и първата обявила се „За“ развиването на цялостна екотуристическа стратегия. Върху площта ѝ от 111 000 кв. км е изградена мрежа от 3 национални парка, 11 природни парка, 89 резервата, над 2200 природни забележителности и над 37 000 км маркирани екопътеки.



□ цифровите технологии се превръщат в приоритет за гръцкия туризъм – иновациите, новите технологии, специализираното образование и виртуалното събиране на обратна информация са в центъра на дигиталната политика на гръцкото министерство на туризма. Технологията е довела до експоненциални постижения за туристическото предлагане. В следните години се наблюдава развитие на приложения за виртуална реалност, както и такива, които позволяват на туристите мигновен достъп до неограничена информация.

Туристическото предлагане в дестинация България през следващите години ще бъде повлияно и от някои общи тенденции, които ще имат пряко отражение върху дейността на фирмите в сектора:

□ персонализираните пътувания ще стават все по-популярни сред туристите, които ще разполагат с все повече опит и информация. Пътниците искат да контролират процеса на селекция и пакетиране на ваканционните си пътувания, изисквайки все по-голяма гъвкавост. В резултат на това, персонализираните пътувания и пакети заместват стандартните почивки;

□ технологията „блокчейн“ – безспорно е една тенденциите в туризма, ще повлияят на дългосрочното развитие на индустрията. Навлизането на технологията има потенциала да даде реално отражение върху глобалната икономика. Позволявайки дигиталната информация да се разпространява, но не и да се копира, технологията „блокчейн“ създаде основата на „новия интернет“.

□ автентични и трансформационни пътувания – туристите продължават да търсят автентични преживявания, които създават цялостен опит.

Част от тази тенденция е интерес към автентичното пътуване в нетрадиционни дестинации, където пътниците могат да си взаимодействат с местните култури. В същото време набира популярност движение от икономика на опита към икономика на



трансформация. В една икономика на преобразуване, стойността на един опит е в неговия потенциал да трансформира и подобри физическото и психическото благосъстояние на туристите. Това развитие води и до повишен интерес към трансформационни или трансформиращи пътувания;

□ устойчивостта продължава да бъде важна тема в туристическата индустрия. Тя се превърна от конкурентно предимство в стандартизирана норма. Европейските туроператори все повече изискват от доставчиците си да бъдат устойчиви;

□ утвърждаване на нискотарифните авиопревозвачи – възходът на бюджетните авиокомпани безспорно е сред основните фактори, които повишиха посещаемостта в страните в Европа, в т.ч. дестинация България и дестинация Гърция.

□ споделени пътувания – те позволяват на жителите на туристическите дестинации да продават туристически продукти на пътници, без да включват професионални туристически доставчици. През следващите години броят на туристите, които предпочитат този тип ваканция, се очаква да нарасне значително;

□ социални медии и виртуалното туристическо предлагане – социалните медии, сайтовете за отзиви и блоговете са ключови канали за комуникация с потенциални клиенти. Платформи като Facebook, Instagram, Twitter, YouTube и др. ще повишат ролята си в туристическото планиране на туристите.

Подчертано е значението и силното въздействие на бъдещите тенденции върху туристическото предлагане в дестинация България, по-изобилното разнообразие на туристически обекти, атракции, хотели, ресторанти и т.н., които правят региона подходящ за туризъм.

Съществено значение ще окаже установяването на нова туристическа суперструктура, която функционира интензивно в условията на фактори като технологични иновации, социални медии, онлайн реклама и сайтове за виртуални резервации. Тези тенденции биха имали голямо влияние върху търсенето в туристическия сектор, но също така ще повлияят на промяната в предлагането. Заедно те представляват сили, които ще оформят бъдещето на туризма.

Именно в тази посока следва да се насочат усилията на образователните институции, организации и експертиза



усъвършенстване, надграждане и привеждане на учебното съдържание в унисон със съвременните тенденции на глобализация, дигитализация и алтернативност както в обществения живот така и конкретно в туристическия сектор.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведеното анкетно проучване дава категоричен отговор за положителното отношение и нагласи на потребителите на туристически услуги по отношение на прилагането на екологични практики, иновативни мерки и методи за опазване на природата, културното и историческо наследство, здравето и устойчивото бъдеще на поколенията.

Откриха се множество фактори, които оказват влияние върху избора и предпочитанията на потребителите в сферата на туризма. Изследването доказва, че в обществото вече се изгражда отговорно поведение, преосмислят се ценности свързани с природосъобразния начин на живот и потребление. Наблюдава се приоритизиране на качеството над цената на услуги, които включват зелени практики. Респондентите декларират желание и позитивна нагласа към прилагането на зелени практики и като потребители на туристически продукти и като граждани на обществото в ежедневието си начин на живот.





### Анкетна карта

Приложение на зелени практики в сферата на туризма, хотелиерството и ресторантьорството

Настоящото анкетно проучване се провежда от Сдружение РЦЕС по проект: 2022-2-BG01-KA210-VET-000098061 "GREEN EXPLORERS" по програма ERASMUS +.

Целта на анкетното проучване е да установи нагласите в България за прилагането на съвременни екологични практики в сферата на туризма, които импонират на Зеления пакт и общеевропейските ценности за устойчив начин на живот и за осигуряване на благоприятна среда за живот за населението и бъдещите поколения. Обобщените резултати ще бъдат използвани за изработването на мерки и подпомагане процеса на адаптиране на учебното съдържание към съвременните изисквания, с които да се осигури по-голяма практическа насоченост на професионалното образование и обучение по туризъм.

Попълването на анкетата ще Ви отнеме 5-7 мин.

Благодарим Ви за съдействието!

**Вашият пол:**

- Жена
- Мъж

**Възраст:**

- до 30 г.
- 31-40 г.
- 41-50 г.
- 51-60 г.
- над 61 г.



**Семейно положение:**

- необвързан/а
- женен/омъжена
- съжителствам с партньор на семейни начала
- разведен/разведена
- вдовец/вдовица

**Завършено образование:**

- висше
- средно
- основно
- по-ниско от основно/без образование

**Заетост:**

- учащ/а
- зает/а
- безработен/а
- самонаето лице/собствен бизнес

**Къде живеете:**

- Столицата
- Областен град
- Общински център
- Малък град
- Село/по-малко населено място

**1. Колко често ходите на почивка?**

- веднъж в годината
- 2-3 пъти в годината
- 4-5 пъти в годината
- повече от 5 пъти в годината
- не ходя на почивка



## 2. Какъв тип туристически услуги предпочитате

- Транспортни услуги - включват самолетни, влакови, автобусни, корабни или автомобилни превози, които могат да се използват за пътуване от едно място до друго.
- Хотелски услуги и настаняване - включват различни видове настаняване като хотели, курорти, вили и къщи за гости, мотели, къмпинги и други.
- Туристически екскурзии и обиколки – вкл. туристите забележителности, исторически места, природни красоти, музеи и други атракции.
- Туристически пакети - включват комбинация от услуги, като настаняване, транспорт, хранене, екскурзии и други, за цялостно туристическо изживяване.
- Ресторантски и кетъринг услуги - включват хранене и напитки, които се предлагат в ресторанти, кафенета, барове, кетъринг компании и други.
- Спортни и рекреационни услуги - включват различни видове спортове и забавления като голф, тенис, катерене, каяк, рафтинг, ски и други.
- Здравни и спа услуги - включват масажи, спа процедури, йога, медитация, фитнес и други здравни услуги, които помагат на туристите да се отпуснат и да се почувстват по-добре.

## 3. Моля, посочете до 5 основни изисквания, които имате при избора на туристическа услуга:

- Качество на услугата
- Цена
- Ниво на услугата
- Локация
- Лесно достъпни и налични
- Нови и вълнуващи преживявания
- Безопасност
- Устойчивост
- Климатични условия
- Достъпност за хора с увреждания
- Културни изисквания
- Друго (посочете)



### **Пояснение**

*За целите на проучването в понятието „зелени практики“ включваме: икономически, социални и екологични практики с цел опазване на околната среда, пестене на ресурс и енергия, осигуряване на по-благоприятен и устойчив начин на живот.*

#### **4. Моля оценете важноста на следните фактори при избора Ви на място за туризъм, хранене или настаняване:**

*(скала: много важно – важно – маловажно – не е важно – не мога да преценя)*

- Хотелът, ресторантът или туристическият обект да прилага зелени практики
- Обектът използва алтернативни енергийни източници, прилага методи за енергийна и водна ефективност и управление на ресурсите
- Ресторантът или хотелът работи с местни производители и предлага локални продукти
- Наличие на информация за екологичните практики на мястото/дестинацията, където ще отседнете?
- Обектът рециклира отпадъците или ги преобразува в енергия?

#### **5. Какви зелени практики сте виждали да се прилагат в България в сферата туризма, ресторантьорството и хотелиерството?**

- използване на рециклирани материали
- разделно събиране на отпадъци
- рециклиране
- зелен/еко транспорт
- компостиране
- използване на местни/био продукти
- пестене на ел. енергия
- използване на алтернативни източници на енергия
- пестене на вода
- електронни/дигитални документи – билети, фактури, карти и т.н.





- он-лайн системи за резервация, обслужване и заплащане на услуги
- нито едно от посочените
- друго .... моля посочете

**6. Как оценявате приложимостта и разпространението на зелени практики в туризма, ресторантьорството и хотелиерството в България?**

- всички туристически обекти и места за настаняване, които познавам и посещавам прилагат екологични практики
- повечето туристически обекти и места за настаняване, които познавам и посещавам прилагат екологични практики
- само някои туристически обекти и места за настаняване, които познавам и посещавам прилагат екологични практики
- никой от туристическите обекти и места за настаняване, които познавам и посещавам не прилага екологични практики

**7. Моля, отбележете до каква степен следващите твърдения се отнасят до Вас:**

*(Скала: напълно се отнася до мен, по-скоро се отнася до мен, по скоро НЕ се отнася до мен – не се отнася до мен)*

- Предпочитам да консумирам храна или напитки, произведени със зелени практики (например био, органични, веган или вегетариански продукти).
- Старая се да намаля отпадъците по време на моите пътувания и по време на почивка
- Използвам собствената си чанта (за многократна употреба) за храна/напитки при пазаруване.
- Използвам собствена бутилка/чаша(контейнер) за храна/напитки в кафенета и заведения за бързо хранене.
- Често използвам рециклирани продукти или екологични алтернативи продукти.
- Информирам се и се интересувам за прилагането на зелени и устойчиви практики за подобряване на живота, здравето и благополучието ни.
- Пестя енергия в дома си (енергоспестяващи уреди, осветление, отопление и др.).



**8. Каква е вашата нагласа към опазването на местната природа и биоразнообразие при туристическите дейности?**

*(отбележете твърдението, което в максимална степен се отнася до Вас)*

- никога не съм се замислял по този въпрос
- опазването на природата не ме интересува
- опазването на местната природа и биоразнообразие е важно за човечеството, но не виждам как аз бих могъл да помогна за това
- опазването на местната природа и биоразнообразие е важно за човечеството, но е отговорност на държавата, местните власти и бизнеса(вкл. туристическия)
- опазването на местната природа и биоразнообразие е важно за човечеството и зависи от отговорното отношение на всеки човек, организация, бизнес и държавата.

**9. Вие лично като турист, посетител и/или потребител на туристически услуги какви екологични практики прилагате:**

- разделно изхвърляне на отпадъци
- пестене на ел. енергия
- пестене на вода
- използване на био продукти
- използване рециклирани материали
- използване на продукти и консумативи за многократна употреба
- рециклиране и повторно използване
- консумиране на малкокомпонентни ястия, за които са необходими по-малки разходи на ресурси
- консумиране/закупуване на биопродукти, местни продукти
- електронни карти, билети и др. документи за ограничаване на хартиения отпадък
- друго (моля посочете....)

**10. Моля да отговорите с „ДА“/„НЕ“/„Не мога да преценя“ на следните въпроси:**

- Бихте ли платили повече за хотел или ресторант, който знаете, че прилага зелени практики?



- Бихте ли желали да видите повече зелени опции за транспорт като велосипеди или електрически транспорт при посещение на туристически забележителности, зелени туристически маршрути?
- Бихте ли платили повече за храна, която е произведена по екологичен начин?
- Бихте ли платили повече за храна, приготвена от местни продукти?
- Бихте ли платили повече за входен билет в музей или друга културна забележителност, която прилага екологични практики?
- Бихте ли се включили в доброволни програми за опазване на околната среда по време на Вашите туристически пътувания, почивки и отдих?
- Бихте ли желали да видите повече зелени оферти и опции за отдих в България?

**Обработването на лични данни** е в съответствие с Регламент на Европейския парламент и на Съвета № 2016/679 (GDPR) и в съответствие със Закон №18/2018 относно защитата на личните данни. Попълването на въпросника ще се счита за израз на съгласие за обработване на предоставените от Вас лични данни. Те няма да бъдат споделяни с трети страни, а ще се използват единствено за подпомагане на дейностите по проекта. Този въпросник се прилага в рамките на ПРОГРАМА ЕРАЗЪМ+, КД2, проект: „Green Explorers“ 2022-2-BG01-KA210-VET-000098061.

- съгласен/а съм.

***Благодарим Ви за отделеното време!***