



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Към устойчиво управление на туристическите дестинации

Проект 16.5.2.009 "Danube Ecotourism"

Съдържанието на този материал не е официалната позиция на Европейския съюз.

www.interregrobg.eu



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Съдържание

1. Уводни бележки: туризъм и устойчиви туристически дестинации
2. Положителни и отрицателни ефекти от туризма
3. Мерки за устойчиво развитие чрез туризъм
4. Сертификационни системи в устойчивия туризъм
5. Организация за управление на дестинацията (ОУД)
6. План за управление на посетителите и стратегия за устойчиво развитие на туризма
7. Маркетинг
8. Мониторинг



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



1. Уводни белешки: туризъм и устойчиви туристически дестинации



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



1.1. Туристическа дестинация

- ... е физическо пространство, в което туристът прекарва поне **една нощ**. Тук се включват туристически продукти, генерирани от пътнически услуги, атракции и ресурси **в рамките на едnodневно пътуване** с връщане в обекта за настаняване. Има **физически и административни ограничения**, които определят управлението (Световна организация по туризъм, 2007);
- ... е **географска област** (микрорегион, регион, държава, континент), която е избрана от туристи (или от сегмент от туристи) като дестинация за пътуване. Съдържа всички съоръжения, необходими за престоя, настаняването, храната и дейностите. Поради тази причина е **конкурентна единица на "Входящ Туризм"**, която трябва да бъде управлявана като бизнес **стратегическа единица** (Bieger, 2005)
- ... това е област, която се **идентифицира отделно** и се популяризира сред туристите като гледка и където **туристическият продукт се координира** от един или повече органи или **идентифицируеми организации** (Европейска комисия, 2000).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Основни елементи, съставляващи туристическа дестинация

- **физически / административни / управленски** ограничения, договорени от местните участници;
- Единен и съгласуван **маркетингов имидж** (създаден чрез общата брошура, уебсайт, карта и др.);
- широка гама от **туристически услуги**, отразяващи марката на дестинацията (настаняване, храна, дейности / атракции);
- Широка гама от **туристически атракции** (културни и природни);
- **посетителска инфраструктура** в рамките на местоназначението, която отразява естеството / имиджа на местоназначението;
- съществуването на "**администратор / координатор**" тип " организация за управление на дестинацията (ОУД)", съгласувано от големи местни партньори и в състояние да прилага единна туристическа политика на ниво местоназначение.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Видове туристически дестинации

- Според **вида на природните ресурси и / или свързаната инфраструктура и услуги**:
 - Планински курорти,
 - Морски курорти,
 - Град/култура,
 - Спа,
 - Екотуризм. др.

- Според **размера и ангажираните администрации**: местни, национални, трансгранични, междудържавни:
 - местни/окръжни,
 - регионални,
 - национални,
 - трансгранични (напр. Дунавски, Алпийски, Карпатски дестинации),
 - транснационални (напр. Европа).

- Според **вида атракции и природни / културни ресурси, построени или изобретени**:
 - Дестинации въз основа на природни или културни атракции: екотуристически дестинации,
 - Природни и културни дестинации, но с големи инфраструктурни интервенции: планински / морски курорти, градски центрове,
 - Дестинации с основните атракции напълно изобретени, базирани изключително на инфраструктурата: Дисниленд, вътрешни тропически плажове / ски курорти, планински курорти



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



1.2. Устойчив туризъм

1988 - Световната организация по туризъм определя за първи път устойчивия туризъм като "водещ към управление на всички ресурси по такъв начин, че икономическите, социалните и естетическите нужди могат да бъдат изпълнени, като се запази културната цялост, основните екологични процеси, биологичното разнообразие и системата за подпомагане на живота".

2000 – Споразумението Мохонк, 2000 (*Мохонк* Маунтин Хаус, Ню Палтс, Ню Йорк) първи неформален консенсус относно хармонизирането и развитието на обща основна насока за **сертифициране на устойчив туризъм и екотуризъм**

2005 Програма на ООН за околната среда - Световната организация по туризъм публикува "Насърчаване на устойчивостта на туризма: Ръководство за политици"



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



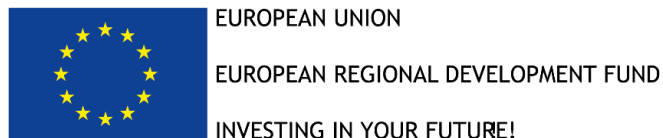
12 цели за правене на туризма устойчив, Световна организация по туризъм 2005

1. Икономическа жизнеспособност на дестинациите и бизнеса
2. Местен просперитет
3. Качество на работните места и без дискриминация
4. Социално равенство
5. Удовлетвореност на посетителите
6. Местен контрол
7. Благосъстояние на общността (социално, качество на живот, ресурси, ценности и т.н.)
8. Културно богатство (уважение и подкрепа)
9. Физическа цялост на ландшафта
10. Биологично разнообразие
11. Ефективно използване на ресурсите
12. Чистота на околната среда

Икономически

Социално-културни

Естествена среда



1.3. Екотуристическа дестинация

Защитена територия в съседните и / или (според случая) в местните общности, които приемат отговорна и интегрирана политика за развитие, базирана на екотуризма.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Екотуристически дестинации в Румъния

1. Микрорегион, който включва **поне една природна зона в добро състояние, защитена от мениджмънт**;
2. Минимален брой **туристически услуги** (напр. 50 легла, медицински център, банкомат, др.);
3. Съществуването на **партньорство** между местните власти, местния бизнес център и мениджъра на защитената зона, което трябва да създаде Организация за управление на дестинацията (ОУД);
4. Дестинацията трябва да има **отговорна политика** по отношение на местната природна и социокултурна среда;
5. Съществуването на критична маса от **"зелени" туристически услуги**;
6. Добро качество на **информационните и преводачески услуги** на ниво дестинация;
7. Туристически имидж на дестинацията, която интегрира **защитената зона и местните общности**.



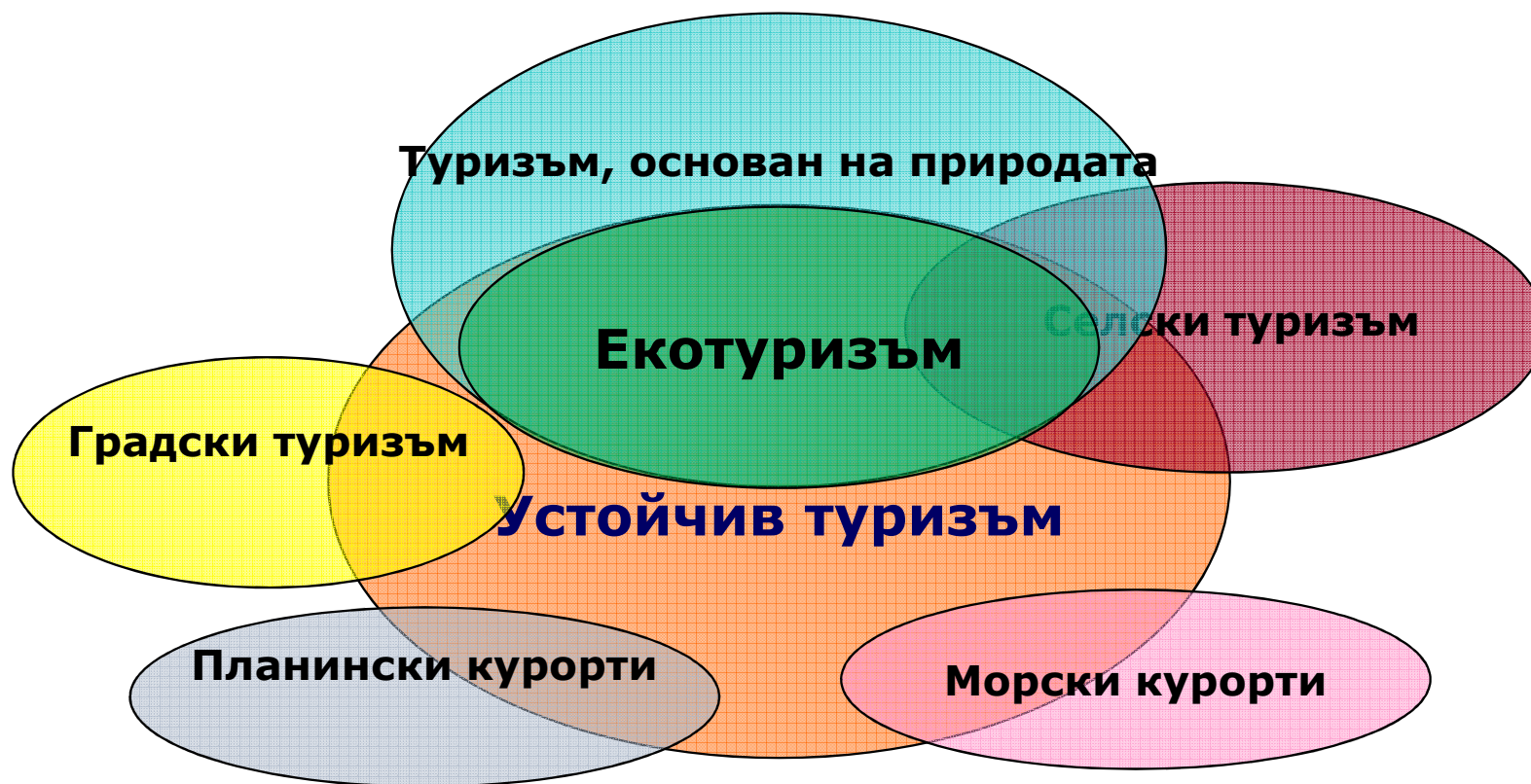
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



1.4. Устойчив туризъм и екотуризъм





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Програмата за устойчиво развитие за 2030 г.



- Съвременна визия
- 17 дългосрочни цели
- 169 цели
- 12 останали години





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



1.5. има ли нужда от туристически дестинации с устойчив подход на развитие?... (I)

➤ позициониране, брендиране, маркетинг

През последните години все повече дестинации и продукти използват различни компоненти на устойчивостта за по-добро позициониране

- Например чистата природа, местният опит или с повишена отговорност декларираха принос към местните фондове за опазване и / или развитие,
- Изпращане на туристическия пазар на съобщения като: *ние сме различни, ние сме отговорни,*

➤ Повишаване на енергийната ефективност и намаляване на потреблението на природни ресурси - ограничени ресурси

- Необходимо е да се използват отговорно природните ресурси (напр. вода, природен газ), за да се сведе до минимум използването на енергия от невъзобновяеми ресурси,
- Енергийната ефективност на дестинацията / хотела / туроператора има положително влияние върху печалбата.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Има ли нужда от туристически дестинации с устойчив подход на развитие?... (II)

- **адаптирането и смекчаването на влиянието на изменението на климата**
 - През последните години можем да видим увеличаване на интензивността и честотата на необичайни явления,
 - За планинските курорти валежите и отрицателните температури вече не са безопасни през зимния сезон:
 - В Алпите, в ски зоната, инвестициите обикновено се правят на височина над 2000 метра,
 - Изкуственият сняг става изискване за ски дестинация,
 - Ски дестинациите разнообразиха своите зимни и летни оферти и преименуваха планинските курорти,
 - Преодоляването на психологическата бариера от прогнозата за времето се превръща в един от проблемите на дестинациите с дейности на открито,

- **сътрудничество - местни партньорства**
 - Координацията и по-добрата ефективност на използването на материални и човешки ресурси в публичния и частния сектор.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Има ли нужда от туристически дестинации с устойчив подход на развитие

➤ **Социална стабилност на ниво дестинация**

- Справедливи работни места;
- Местна и добре обучена работна сила.

➤ **Стабилност на дестинацията**

- Еволюционен цикъл на дестинацията;
- Сезонност и продължителност на престоя;
- Необходимостта на дестинацията да забави темпа на консумация на продуктите и да генерира "по-дълбоки" преживявания в дестинацията с удължаване на продължителността на престоя срещу дестинации, които искат само да увеличат обема на туристите;



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2. Положителни и отрицателни ефекти от туризма



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2.1. Положителният ефект от туризма върху природната среда

- Генерира добавена стойност към природата на национално ниво, което води до капитализация на места / видове, което може да доведе до тяхната защита (напр. обявяване на първия Национален парк Йелоустоун, 1872 г.).
- Носи уважение и често преоткриване на ценностите на местността (пейзажи, видове) за местните жители.
- Може да създаде механизми за подпомагане на природозащитни действия (напр. доброволческа дейност).
- Може да донесе финансов принос
 - Преки (напр. Билети за паркове, дарителски фондове).
 - Непреки (данъци).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2.2. Отрицателният ефект от туризма върху природната среда

Местно въздействие

- Качество и консумация на вода,
- Качество на въздуха,
- Звуково замърсяване, замърсяване на водата с отпадъци,
- Отпадъци,
- Промяна в унищожаването на местообитанията / екосистемите,
- Въздействие върху поведението на дивата природа,
- Загубата на биологично разнообразие,
- Строителството на свързаната инфраструктура.

Глобално въздействие

- Емисии на парникови газове (CO₂).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Отрицателният ефект от туризма върху природната среда

Потребление на вода

- За **настаняване** се използват 84 до 2000 л/турист/ден (включително спа съоръжения). Средно се използват 300 л/турист/ден вода (Gossling s.a. 2012).
- **Голф игрищата** изразходват средно между 150 000 000 и 200 000 000 л/ден във Франция (Baillon & Ceron 1991; Ceron & Kovacs 1993), което е еквивалентно на потреблението на селище с 2000-2800 жители/година (или 750 000 -1,000,000 човека/ден).
- **Сухи ски писти**, 600 000 - 1 500 000 л вода, за 1 хектар, за дебелина 30 см, което е еквивалентно на консумацията от 3 000 - 7 500 души/ден,
 - Пояна Брашов има 85 хектара ски писти - 51 млн. - 255 млн. литра вода, 255 000 души - 1,275 000 души,
 - В курорт във Франция са изразходвани 19 млн. м3 през 2007 г., еквивалент на потреблението на селище с 260 000 жители/година (Badre s.a. 2009).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Отрицателният ефект от туризма върху природната среда

Потребление на вода

- Средно, за да се получи 1 л гориво, се използват 18 л вода (Worldwatch Institute, 2004)
- Консумацията на гориво за полет със самолет: 4.1 л гориво/пътник за 100 км (Световна организация по туризъм, Програмата на ООН за околната среда, Световна метеорологична организация 2008),
- 400 - 2 000 л за 1 кг пшеница и 1000 - 20 000 л вода за 1 кг месо, изчислено е, че за храната на един човек се използват между 2000 и 5000 л вода/ден



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Отрицателният ефект от туризма върху природната среда

➤ Начини за използване на водата и тяхната оценка на турист, ден

Пряко използване на вода	Литри/турист/ден
Настаняване	84 – 2,000
Дейности	10 – 30
Категории за непряко използване на водата	
Изкопаеми горива	750 (за 1,000 км)
Биогориво	2,500 (за литър)
Храна	2,000 – 500,000
Общо на турист на ден	2,000 – 7,500



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Отрицателният ефект от туризма върху природната среда

➤ Емисии на CO2 от туризма по сектори

Сектор	CO2 (мил.тона) 2005	%	CO2 (мил.тона) 2035	%
Въздушен транспорт	515	40	1,631	53
Пътен транспорт (с автомобил)	420	32	456	15
Други видове транспорт	45	3	37	1
Настаняване	274	21	739	24
Дейности	48	4	195	6
Тотал	1,307	100	3,059	100
Приносна туризма				

Източник: Световна организация по туризъм, Програмата на ООН за околната среда, Световна метеорологична организация (2008)



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2.3. Положителният ефект на туризма върху социалната и културната среда

Потенциални положителни ефекти

Преки

Мултикултурализъм и взаимно разбирателство

- Появата на положителни нагласи един към друг;
- Изучаване на навиците и културата на другите;
- Намаляване на негативните възприятия и стереотипи;
- Развитие на гордост, благодарност, разбиране, уважение и толерантност за всяка култура;
- Създаване на приятелства;
- Психологическото удовлетворение след взаимодействието.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Положителният ефект на туризма върху социалната и културната среда

Потенциални положителни ефекти

Преки

Укрепване на приемащата общност

- Повишаване нивото на гордост за собствената култура;
- Помага за запазването или връщането в сегашния контекст на местните традиции и навици;

Местните хора се обучават във връзка със света извън общността, без да напускат тази общност, а туристите научават за различна култура.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Положителният ефект на туризма върху социалната и културната среда

Потенциални положителни ефекти

Непреки

- Местната общност се възползва от приноса на туризма за подобряването на социалната инфраструктура, напр. училища, посетителски центрове, читалища, центрове за първа помощ, места за богослужение (напр. църкви, синагоги, храмове и т.н.) (Източник: Ghulam Rabbany, 2013);
- Подкрепа за мира;
- Създава работни места, избягвайки обезлюдяването.

ЕКОЛОГИЧНИ ЕФЕКТИ НА ТУРИЗМА, Md. Ghulam Rabbany, Sharmin Afrin, Airin Rahman, Faijul Islam, Fazlul Hoque, Американско списание за околна среда, енергия и енергетика, Том 1, № 7, септември 2013).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2.4. Отрицателният ефект на туризма върху социалната и културната среда

Потенциални негативни ефекти

- Когато има голяма разлика между приемащата общност и туристите, въздействието вероятно ще бъде по-голямо (Burns, Holden 1995);
- Приемащата общност обикновено е по-изложена на негативния ефект от туризма.

Културата като *продукти, които могат да се купят*

- Реконструиране на етническата принадлежност - туризмът може да превърне местната култура в *нещо, което може да се купи*, където се правят ритуали, традиции, фестивали според туристическите изисквания;
- Свещените места и обекти вероятно ще престанат да бъдат уважавани, когато се превърнат в *продукти, които могат да се купят*;
- Загуба на автентичност.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Отрицателният ефект на туризма върху социалната и културната среда

Стандартизация

- Настаняването, храната, напитките и дори пейзажът трябва да бъдат различни, но не твърде различни, защото малко туристи търсят съвсем нови преживявания;
- Туристите търсят познати неща обаче в нова среда за пътуване (напр. хотелски вериги, заведения за бързо хранене, ресторанти).

Културни конфликти

- Резултатът от различия в културата, етноса, религията, начина на живот, езика, жизнения стандарт:
- Превिшаване на социалната и културна подкрепа на дестинацията или на лимита за приемане на промените;
- От еуфория до апатия, раздразнение, открит конфликт.

Разлики в нивата на професиите

- Местните жители често работят професии от по-ниско ниво (напр. сервитьори, камериерки), а мениджърите *се внасят* от места извън дестинацията (поради липса на знания или стандарт на хотелските вериги).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Отрицателният ефект на туризма върху социалната и културната среда

На етично и гражданско ниво

- Възникване на престъпления с увеличаване на броя на туристите;
- Детски труд;
- Сексуален туризъм и сводничество.

В световен мащаб

- Акултурация (Уилямс, 1998) - намаляването на културните различия може да доведе до загуба на местната култура с времето - *МакДонализация*

(адаптирано от Samson 2015, <https://www.slideshare.net/ejaysamson/sociocultural-impacts-of-tourism>)



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2.5. Положителният ефект на туризма върху икономическата среда

Потенциални положителни ефекти

- Пряк принос - пари в (местната) икономика, данъци и задължения за пряко ангажираните заинтересовани страни;
- Непряк принос – данъци върху стоките, използвани в туризма;
- Умножаващ ефект;
- Работни места;
- Инвестиции в инфраструктура.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2.6. Отрицателният ефект на туризма върху икономическата среда

Потенциални отрицателни ефекти

- **Финансови течове** от дестинацията, напр. при all-inclusive почивките почти 80% от приходите отиват в авиокомпаниите, хотелски вериги, туристически агенции и не остават на местно ниво; при екотуристическите почивки 60-80% от приходите могат да останат на местно ниво (Тайланд 70%, Карибите 80%, Индия 40%);
- Внос на стоки и услуги;
- Износ на капитал/печалба.
- **Туристически анклавни**
 - All-inclusive хотели, предимно потенциални работодатели на местната работна сила, но и малък принос в местната икономика;
 - Круизни кораби в морето/океана или реките, преобладаващо незначителен принос за местната икономика и работната сила



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Отрицателният ефект на туризма върху икономическата среда

Потенциални отрицателни ефекти

➤ Увеличаване на цената

- За продукти и услуги, генерирани от туризма, това засяга и местните жители.

➤ Разходи за инфраструктура

- Те могат да бъдат изисквани от индустрията в ущърб на други инвестиции,

➤ Икономическа зависимост

- Диверсификацията на икономиката не се е осъществила в определени дестинации, а някои икономики зависят до голяма степен от туризма (Малдивите 83%, Ямайка 34%);
- Рискове могат да бъдат генерирани от икономическа рецесия, природни бедствия или промени в предпочитанията на туристите.

➤ Сезонен характер на работните места

(източник Abbas 2012, <https://www.slideshare.net/EmanAbbas/economic-impact-of-tourism-13613739>)



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



2.7. Заключение от анализа на положителните и отрицателните ефекти от туризма

- Необходимостта от анализ и наблюдение на дестинацията от гледна точка на настоящите и бъдещи ефекти от развитието на туризма.
- като обща политика на дестинация, имаме максимизиране на положителните ефекти и облекчаването / предотвратяването на отрицателните.
- Необходим е координатор на местоназначение (Организация за управление на дестинацията /ОУД/), който трябва да има технически и стратегически поглед върху развитието на туристическата дестинация.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3. Мерки за устойчиво развитие чрез туризъм



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3.1. Намаляване на сезонността

А. Необходимостта на дестинацията да забави темпа на консумация на продуктите и да генерира "по-дълбоки" преживявания в дестинацията с удължаване на продължителността на престоя срещу дестинации, които искат само да увеличат обема на туристите (брандиране, транспортни средства в дестинацията, тип продукти, политика за събития и др.). Това е отлично приложимо за екотуристически дестинации

В. Общи мерки за дестинации :

- Удължаване на сезона чрез ценова политика;
- Оферта за атракция извън основния сезон;
- Преосмисляне на дестинацията - брандиране, продукти;
- Правене на дестинацията уникална и престижна (напр. наблюдаване на полярните мечки в Чърчил/Канада);
- Добавянето на втори основен сезон (напр. ски курорти в дестинациите в Алпите или Карибите),
- Добавяне на неконвенционални оферти
 - за бизнес - срещи, семинари (Срещи, стимули, конференции и изложби /MICE/)

- Създаване на търсене на продукта за ново търсене извън сезона за по-кратки периоди (напр. фестивали, спортни събития)

(Източник: Butler, 2014

ПОСРЕЩАНЕ НА СЕЗОННОСТТА В ТУРИЗМА: РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРОТОТИП Заключение и препоръки, произтичащи от Конференцията в Пунта дел Есте, Световна търговска организация, 2014 г.)



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3.2. Увеличаване на заетостта

- Знания за изчисляването на заетостта и нейното наблюдение на ниво дестинация и бизнес ниво;
- Разработване на продукти, пакети и промоции (под координацията на Организация за управление на дестинацията (ОУД) и с подкрепата на местните заинтересовани страни);
- Насочване към желаните пазарни сегменти
- Използването на събития (извън пиковете от туристи);
- Оферти за събития тип MICE /срещи, стимули, конференции и изложби/;
- Мерки за намаляване на сезонността.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3.3. Оптимално използване на природните, културните и социалните ресурси

- Разработване на **план за управление на посетителите** в партньорство с мениджъра на защитената зона и други заинтересовани страни;
- Разработване на **стратегия за туризма** и интегриране на плана за управление на посетителите в стратегията;
- Изпълнение на стратегията и плана чрез **годишен план за действие и регулации на посетителите**;
- Мониторинг на **отрицателните ефекти** и вземане на решения и изпълнение на план от мерки;
- Анализирание на положителните ефекти и прилагане на план от мерки, които ще поддържат и усилват тези ефекти;
- Координиране на дейността в дестинацията от **Организация за управление на дестинацията (ОУД)**.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3.4. Мерки за намаляване на прекомерното използване на туристически атракции

- Разработване на **план за управление на посетителите** в сътрудничество с експерти;
- **Диверсифициране** на атракциите;
- **Удължаване на сезона** – оферти извън сезона,
- **Ценова** политика,
- Използване на **бариири**.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3.5. Достъп и мека мобилност (I)

Достъпът до дестинацията може да бъде направен по различни начини

- Самолет, автобус, частен автомобил,
- Обществен транспорт: влак, автобуси,
- Немоторизиран (напр. велосипед),
- *Споделяне на автомобил.*

- Важно е дестинацията да бъде лесно достъпна чрез средствата за обществен транспорт
 - Летище – влак/автобус/метро,
 - Достъп до информация (напр. [Deutsche Bahn](#))
 - Интегрирана система за информация и закупуване на билети: on-line, туристически информационни центрове, фирмени центрове, автомати за билети.

- Важно е да се насърчи алтернативният транспорт за сметка на използването на собствени автомобили
 - интермодални станции;
 - Области, където достъпът за автомобили е ограничен или забранен;
 - Райони с ниска скорост (30 км/ч);



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Достъп и мека мобилност (II)

Достъп до дестинацията/местната мобилност

- На ниво дестинация местната мобилност трябва да може да се извършва без използване на собствени автомобили
- Принципи на плана за мобилност на дестинацията (до и в дестинацията)
 - Време и качество в полза на туристите,
 - Повишаване ефективността на транспортните разходи,
 - Подобро качество на преживяването в дестинацията,
 - Забавяне на темпото на посещение на дестинацията.
 - Транспорт с минимално въздействие върху околната среда.
- Мека мобилност
 - **Обществен** транспорт до и в дестинацията,
 - **Немоторизиран** транспорт,
 - Транспорт с **електрически превозни средства**.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Достъп и мека мобилност (III)

Alpine Pearls

The screenshot shows the website <https://www.alpine-pearls.com/en/about-us/alpine-pearls/>. The page features a navigation menu with options for Summer and Winter, and a list of languages (DE, FR, IT, SL, EN). The main content area is titled "We Promise You a Perfect Holiday" and lists 25 villages with the following features:

- 25 villages, which invite you to experience gentle eco-holidays
- 25 villages, which are easily accessible by train and bus
- 25 villages, which guarantee all-round car-free mobility with numerous public transportation options
- 25 villages, which invite you to experience new, environmentally friendly recreational/mobility options with top "Premium Quality" guarantee
- 25 villages, where pedestrians can enjoy carefree times – far away from traffic noise and exhaust fumes
- 25 villages, which offer outstanding services – such as information and consulting – to help you plan softly mobile holidays with ease. Book your trip with one of the certified Alpine Pearl-affiliated hosts!
- 25 villages, which preserve their regional, culinary, and cultural heritage



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3.6. Подход към сертифицирането в областта на устойчивия туризъм

- Съгласно вида на дестинацията се търси най-подходящата версия за сертифициране на дестинацията (напр. TourCert) или е разработена национална (или регионална) система.
- Туристическите услуги се популяризират на ниво сертифицираща дестинация за устойчив туризъм чрез приемането на една (или няколко) системи за сертифициране .
- За екотуристически профили в Румъния има сертифициране както за дестинации, така и за услуги.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



3.7. Координиране и управление на дестинация

- Дестинацията е **въображаема туристическа проекция** или географска област, която трябва да се превърне в **звено за управление**;
- Всички кораби се нуждаят от **капитан и моряци**, които в случая на туристическа дестинация са Организация за управление на дестинацията (ОУД);
- Организация за управление на дестинацията (ОУД) е организация **чадър**, която покрива публични и частни заинтересовани страни;
- Организацията за управление на дестинацията е предприятието, което има **общ поглед** върху дестинацията въз основа на анализи и мониторинг и може да генерира **насоки за развитие и набор от мерки** както за екипа на Организацията за управление на дестинацията, така и за обществеността и местните заинтересовани страни.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



4. Сертификационни системи в устойчивия туризъм



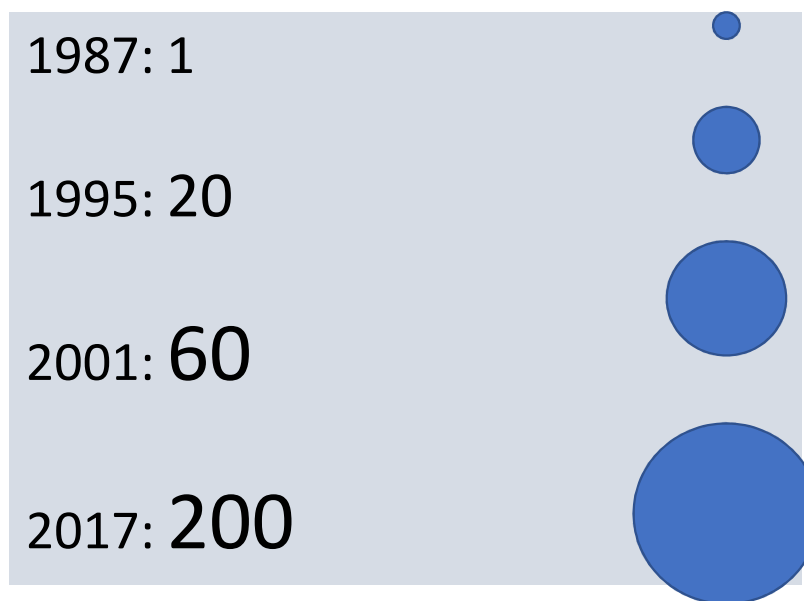
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Еволюцията на системите за сертифициране за устойчив туризъм на международно ниво - 3 десетилетия развитие





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Внедряване на системи за сертифициране

Sustainable Tourism related certification schemes



Source: ECOTRANS/ DestiNet portal for sustainable tourism information (<http://destinet.ev.eea.europa.eu>), 09/2008



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Сертифициране на екотуризъм



1993 - "Насоки за екотуризъм за туроператори" - Международно дружество за екотуризъм (TIES)



1996 - Национална програма за акредитация на екотуризма (NEAP) Австралия - Екотуризъм Australia Limited (EA) от 2012 г. насам



1997 - Сертификация за устойчив туризъм (CST), Коста Рика



2007 - Глобални критерии за устойчив туризъм (GSTC), ревизирани през 2012 г.



2007 - Сертификационната система Еко-Румъния



2009 - Европейският стандарт за екотуристическо етикетиране - EETLS

2014 - Сертификационна система за екотуристически дестинации в Румъния

Проект 16.5.2.009 "Danube Ecotourism"

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз.

www.interregrobg.eu



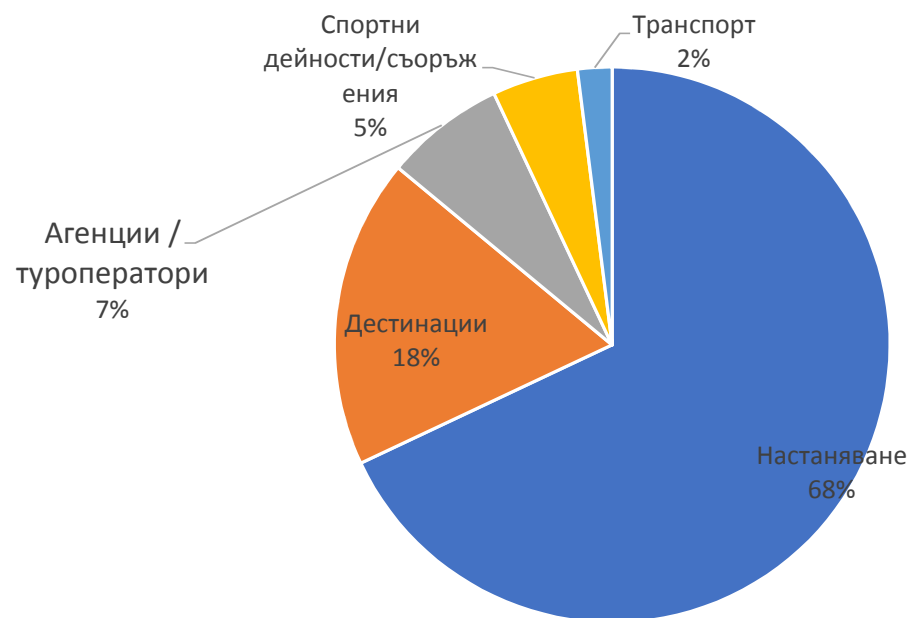
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Видове туристическо сертифициране



Източник: Световна организация за туризъм (ОМТ), 2001, *Доброволни инициативи*



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Глобален съвет за устойчив туризъм (GSTC)

Глобалният съвет за устойчив туризъм е създаден през 2010

Членове



Критериите на Глобалния съвет за устойчив туризъм

- се използват като **референтен стандарт** на световно равнище за устойчивост на туризма
- **Акредитират** други системи за сертифициране и признават бизнесите, сертифицирани от акредитирани системи на Глобалния съвет за устойчив туризъм
- Използват се за **образование** и повишаване на нивото на **информираност**, създаване на **публични политики**, акредитации и оценки и като основа за други системи за сертифициране.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Какви области обхваща?

- 4 области и 41 критерия,
- Набор от критерии за настаняване и туроператори (2008 г., преработен 2012 г.),
- Набор от критерии за дестинация (ноември 2013 г.).





EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



**GLOBAL SUSTAINABLE
TOURISM COUNCIL**

GSTC Accreditation Framework



Certified hotels can use GSTC approved seal alone or alongside certification body's



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Системи за сертифициране на дестинации, признати от Глобалния съвет за устойчив туризъм.



EARTHCHECK

Общностен стандарт EarthCheck

Биосферен отговорен туризъм



BIOSPHERE
RESPONSIBLE
TOURISM

Стандарт Зелени дестинации



Стандарт за дестинации Mountain IDEAL

23 Recognized Standards

1. Austrian Ecolabel for Tourism (Österreichisches Umweltzeichen)
2. Biosphere Responsible Tourism – España/ –Approved H-TO and D
3. Certification for Sustainable Tourism (CST) for Hotels – Costa Rica
4. EarthCheck Company Standard – Australia - **Approved H-TO and D**
5. Eco-Certification – Malta
6. Ecotourism Australia's ecotourism standard & advanced standard- **Approved H-TO**
7. Ecotourism Ireland - Certification Programme
8. European Ecotourism Labeling Standard (EETLS)
9. Fair Trade in Tourism (FTT) – Sudáfrica
10. Green Globe Certification – EEUU
11. Great Green Deal
12. Green Star Hotel (Egypt)
13. Hoteles+ Verdes Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina (AHT)
14. Japan Ecolodge Association
15. Ministerio de Turismo de Ecuador
16. Qualmark, New Zealand
17. Rainforest Alliance
18. Sistema de Distinción en Turismo Sustentable (SERNATUR) – Chile
19. Sustainable Tourism Eco-Certification Program (STEP) – EEUU
20. TourCert (CRS Tourism)
21. Travelife Standard for Hotels and Accommodations - UK/The Netherlands
22. Travelife Standard for Tour Operators and Travel Agents - Reino Unido / Países Bajos
23. Zeitz Foundation



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

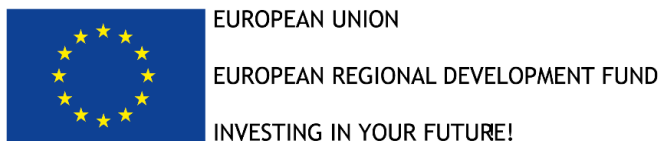


GOVERNMENT OF ROMANIA



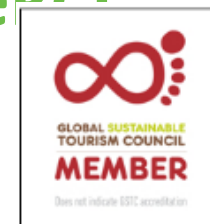
Системи за сертифициране на екотуризъм в Румъния

- 1997 – Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă (Националният център за устойчиво развитие) към Румънската академия
- 2006 – първите шест сертифицирани екотуристически програми и къщи за гости, системата Еко-Румъния се управлява от _____ към момента работи
- 2008 – Национална стратегия за устойчиво развитие 2013 – 2020 – 2030
- 2009 – Национална стратегия за развитие на екотуризма в Румъния
- 2011 – Междуведомствена работна група за развитие на екотуризма в Румъния (ОМ 56/14/01.2011) под координацията на АНТ отговаря за изпълнението на действията на стратегията и за разработването и прилагането на критерии за дестинации;
- 2011 – 2013, АНТ координира процеса на разработване на критерии и процедури за оценка на екотуристически дестинации в Румъния;
- Концепцията за екотуристическа дестинация е стартирана от Румъния на Европейската конференция за екотуризъм (Пояна Брашов, 2013), договорена и подкрепена на европейско равнище от Eurorga и национални асоциации
- 2014, първите две екотуристически дестинации са официално оценени и признати от АНТ
- 2015, националната стратегия за екотуризъм е актуализирана
- 2016, две други екотуристически дестинации са официално оценени и признати от АНТ.

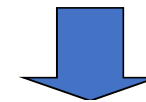


Глобален, европейски и национален контекст

Глобален съвет за устойчив туризъм (GSTC)



Европейският стандарт за екотуристическо етикетиране (EETLS)



Критерии за екотуристически дестинаци
Министерство





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Сертификационна система Еко-Румъния

Етапи

- 2004 Разработване на критериите,
- 2005 Тестване на критериите на първата туристическа програма,
- 2006 Разработване и прилагане на административната/правната система за оценяване и издаване на дневник.
първите 6 къщи за гости са оценени и два туроператора са сертифицирани,
- 2007 Процедурата е преразгледана
представяне на Световната конференция за екотуризъм, Осло,
свързана със системата PAN Parks и EU Flower,
- 2008 8 къщи за гости сертифицирани по Еко-Румъния и PAN Parks в Țara Hațegului Retezat,
- 2009 Инициране на критериите на Европейският стандарт за екотуристическо етикетиране (EETLS),
- 2010-2012 Анализирани и адаптирани на Европейския стандарт за екотуристическо етикетиране (EETLS) и Глобален съвет за устойчив туризъм (GSTC) (2010-2012),
- 2012-2017 действаща система
повече от 100 оценки.

Проект 16.5.2.009 "Danube Ecotourism"

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз.

www.interregrobg.eu



ECO-ROMANIA
CERTIFIED BY AER



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Набор от критерии на Еко-Румъния

Формат 8+1

A. Управление на предприятието

B. Управление на дейности/продукти

1. Фокус върху **природни зони**;
2. **Интерпретация** на туристическия продукт;
3. Принципът на **устойчивостта** от гледна точка на опазването на природната среда;
4. Принос към опазването на **природата**;
5. Конструктивен принос към развитието на **местната общност**;
6. Чувствителност към **местните култура и традиции**;
7. **Удовлетвореност** на туристите;
8. Правилен **маркетинг**.

Проект 16.5.2.009 "Danube Ecotourism"

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз.

www.interregrobg.eu



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Сертификационна система Еко-Румъния

Характеристики

- Управлявана от АЕР,
- Оценка от тип *трета страна*: самооценка, оценка въз основа на прозрачни критерии и показатели, независими оценители, независима комисия за сертифициране на АЕР,

Оценки

- Програми за туризъм (поне едно нощувка), с максимум 15 души (от екскурзовод),
- Съоръжения за настаняване с максимум 25 стаи (50 места).

Проект 16.5.2.009 "Danube Ecotourism"

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз.

www.interregrobg.eu



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Сертификационна система за екотуристически дестинации

Характеристики

- Система, управлявана от Министерството на туризма,
- Комитет за оценка: Министерство на туризма, Министерство на околната среда, INCDT, AER.
- Оценка от тип *трета страна*:
 - самооценка,
 - оценка, основана на прозрачни критерии и показатели,
 - екипът за оценяване също е сертифициращият комитет,
- Оценява дестинации, състоящи се от една или повече административни територии , съдържащи поне една защитена зона.

Проект 16.5.2.009 "Danube Ecotourism"

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз.

www.interregrobg.eu

Национална мрежа от destinations за екотуризъм в ход





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



5. Организация за управление на дестинацията (ОУД)



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Защо дестинацията трябва да бъде управлявана (I)

- За да бъде **конкурентна**
 - За постигане на уникално и силно позициониране,
 - Развитие на марката на дестинацията,
 - Разработване на туристически продукти в съответствие с марката и позиционирането на дестинацията,
 - Максимизиране на положителните ефекти и смекчаване/предотвратяване на отрицателните ефекти.

- За да се гарантира дългосрочното съществуване на **природните и културни ресурси** на дестинацията
 - Тяхната защита чрез партньорство с ръководителите на такива ресурси,
 - Внедряване на ефективни политики и практики за управление на посетителите.

- Разпределяне на доходите от туризма в **местната икономика**
 - Подкрепа за туристически продукти и услуги, предоставяни от местните жители,
 - Подпомагане на кратки хранителни вериги, които служат на туризма,
 - Подкрепа за местната сувенирна индустрия.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Защо дестинацията трябва да бъде управлявана (II)

➤ **Подобряване на ефективността на дестинацията**

- Анализ на техническите параметри, посветен на развитието на дестинацията (напр. средна продължителност на престой, сезонност) и прилагане на план от мерки, предназначени да подобрят представянето на дестинацията,
- Вътрешна и външна комуникация,
- Координацията и повишаването на ефективността на използването на материала и човешките ресурси в публичния и частния сектор.

➤ **Поддържане на висока стойност на цялата верига на обслужване**

- Мониторинг на качеството на услугите, които влизат в контакт с туриста,
- Мониторинг на услугите, подпомагащи туризма (напр. водоснабдяване, събиране на отпадъци),
- Въвеждане на конкретни мерки за комуникация, осведоменост и професионализиране на услугите.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Развитие на концепцията за Организация за управление на дестинацията (ОУД)

Организацията за управление на дестинацията/организацията за маркетинг на дестинацията

История: Организацията за управление на дестинацията еволюира от изключително държавни структури до публично-частни партньорства (ПЧП);

1970

95 НОТ=>6 НПО

1979

100 НОТ => 68 част от Gov

1998

Световен ден на туризма: ПЧП

(Източник: Световна организация за туризъм)



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



ОУД/ПЧП

Видове публично-частни партньорства в туризма

Национални ПЧП модели		
1	Лобистки групи	Отговарят за внедряването на туристическата политика; често антагонистични усилия
2	Консултативни съвети	Правителството си запазва контрола
3	Модел на участието на туристическия орган	Обикновено е отделен субект, ръководен от борд на директорите с членове от частната и правителствена среда
Регионален ПЧП модел		
4	НПО/Дружества	Независими организации в партньорство или договаряне

Ниво на намеса на частния сектор





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Развитие на националното наименование на ОУД

Текущо наименование	Старо наименование
Туризм Австралия /Tourism Australia/	Австралийска туристическа комисия /Australian Tourism Comission/
Туризм Нова Зеландия /Tourism New Zealand/	Отдел за туристическа и рекламна дейност в Нова Зеландия /New Zealand Tourist and Publicity Department/
Посетете Великобритания /Visit Britain/	Британската туристическа служба /British Tourist Authority/

... но правителственото участие и подкрепа са необходими!



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Причини за участието на правителството

А. Важен икономически сектор

5-15% еквивалент на пълно работно време в различни дестинации

Случаят с Туристическият съвет на Колорадо:

- 1993 референдум води до отмяната на данъка на Туристическия съвет на Колорадо;
- Няма пари, няма Туристически съвет на Колорадо;
- Туризмът е бил втората индустрия, оценена на 6,4 млрд. USD годишно;
- Туристическата дестинация на Колорадо пада от трета позиция на 17-та по отношение на признаването като туристически дестинации в САЩ;
- Между 1993 г. и 1997 г. туризмът намалява с 30%.

В. Подкрепа за малкия туристически сектор пред конкуренцията

- В Обединеното кралство повече от 75% от туристическите предприятия са МСП (доходи под 250 000 GBP) (Frisby, 2002 г.),
- в Англия 70% места за настаняване имат по-малко от 10 стаи (McIntyre 1995);
- в Европа 95% от предприятията имат по-малко от 10 служители (Middleton, 1998);
- в Швеция средният брой на служителите е 10 души.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Потенциални видове участие на правителството

- Местни и регионални инфраструктурни програми;
 - Финансова подкрепа за ОУД и техните дейности;
 - маркетинговите програми се интегрират с общия имидж на страната на международно ниво .
-
- Средният прогнозен бюджет за ОУД на национално ниво е 19 млн. USD (1997 г.);
 - Оценка на Световната организация за туризъм: общият бюджет за популяризиране, изразходван за всички страни в света е 350 млн. USD; рекламният бюджет на компанията Sony е 300 млн. USD (Morgan and Pritchard, 2001).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Управление на ОУД

Партньори за дестинацията
ПЧП



Съвет на директорите (туристически съвет)



Изпълнителен офис
Директор



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Управление на ОУД

На практика съществува опасност политици, обществени или частни организации или мениджъри на ДМО да отклоняват ползите към личните си или групови интереси в ущърб на официалните отговорности (Elliott, 1997).

Правила за Съвета на директорите (адаптирани от Lathrop, 2005):

1. Ясно дефиниране чрез статут на ролята, отговорностите и кодекса за поведение на Съвета на директорите и екипа от служители;
2. Ограничаване на броя на членовете на Съвета на директорите, за да може да бъде управляван (препоръчително 7 души);
3. Поддържане на ядро от опитни лица в Съвета на директорите и поддържане на стратегическото ръководство, но и периодична промяна на членовете според устава;
4. Интегриране на членовете на общността, дори и да не са съгласни с политиката на ОУД;
5. Делегиране на изпълнителния екип на ОУД на ежедневните дейности, специфични за управлението на дестинацията.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Минимални изисквания за функционална ОУД

- **Устав и правилник;**
- **Ясна управленска структура:** членове, съвет на директорите, изпълнителен екип (директор);
- **Постоянен и квалифициран персонал;**
- **Годишен план** за действие и годишен **бюджет;**
- Трябва да бъде **призната** от кметствата и/или от Окръжния съвет;
- Трябва да има **партньорство** с местната мрежа за туристически услуги.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Функции на ОУД (I)

1. Координация на **обществения и частния сектор** в областта на туризма на ниво дестинация за постигане на трайно ниво.
2. Координиране на постигането на **стратегията** за развитие на туризма в района и нейното **прилагане**.
3. Подкрепа за обучението на **човешки ресурси** в туризма и наблюдението на стандартите за **качество** на ниво дестинация.
4. Разработване и координиране на **маркетинговата** политика на дестинацията.
5. Осигуряване на подкрепа в координация с управлението на интервенции в туристическата **инфраструктура**.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Функции на ОУД (II)

6. Подкрепа за координацията, развитието и управлението на **събитията**.
7. Подкрепа за развитието на **атракции**.
8. Координиране на туристическите **информационни центрове** на територията на дестинацията.
9. Помирение в областта на туристическия **бизнес**.
10. **Мониторинг** на развитието на туризма в дестинацията.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



ОУД в Европа: Германия

- Приблизително 500 ОУД;
- Местни <=> Окръжни <=> (под) Регионални <=> Национални - Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. Flexible организация

1/3 са дружества с ограничена отговорност;

напр. Рона = отчасти в Бавария, Хесен, Турингия (региони).

- Персонал

Ниво	Брой служители (средно)
Национално	10-20
Регионално	5-20
Окръжно	3-5
Местно	3-5

- Бюджет напр. Saarpfalz Kreis – територията на биосферен резерват "Bliesgau" приблизително 400,000 € / година



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



ОУД в Европа: Франция

- Местни <=> Окръжни <=> (под) Регионални <=> Национални (Atout France – икономическа група по интереси)
- Туристически бюра и инициативни профсъюзи, комисиите по туризъм, регионалните комитети за туризъм, Националния съвет по туризъм (НСТ)
- Гъвкава организация
- Местни
 - 10% са дружества с ограничена отговорност от тип EPIC (*établissement public à caractère industriel et commercial* – публично индустриално и търговско предприятие);
 - 90% са асоциации (НПО).
- Нива област и регион – 100% асоциации от членове: местни асоциации и публична администрация;
- Финансови източници: вноски (членове), субсидии (публична администрация).
- Персонал: местни ОУД 3-5 души (малки) - 50 - 199 души за Париж, Прованс.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



ОУД професионализация

- Духът на партньорство и делегиране е слаб в Румъния.
- Законът за управление на дестинация трябва да бъде делегиран и професионализиран.
- Необходимост от развитие на специалисти в управлението на туристически дестинации в Румъния.
- През 2016-2018 г. е разработен профил на професията мениджър на туристически дестинации (AER и CEDES).
- Професията е посочена в COR и професионалният стандарт е одобрен (2018 г.).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Описание на професията мениджър на туристически дестинации (МТД)

Правомощия и отговорности

- 1. Разбира дейността и си сътрудничи с всички местни, областни и национални публични администрации, НПО и частния сектор;**

Компетенции

1. Познаване на общото законодателство в областта на туризма, специфично за туристическата дейност, публичната администрация и НПО.
2. Комуникация и преговори със заинтересованите страни на дестинацията ОУД.
3. Ефективното сътрудничество на Организацията за управление на дестинацията с публичните администрации, частния сектор, НПО и други заинтересовани страни в дестинацията.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Описание на професията мениджър на туристически дестинации (МТД)

Правомощия и отговорности

2. Допринася от техническа гледна точка за развитието на туризма на ниво дестинация;

Компетенции

1. Идентифициране на спецификата на дестинацията и на диференциращите елементи.
2. Разработване на механизми за прилагане на концепцията за устойчиво развитие в туризма.
3. Осигуряване на управление на посетителите на ниво дестинация.
4. Разработване и прилагане на маркетинговата стратегия за дестинацията.
5. Разработване и прилагане на плана за мониторинг на туризма



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Описание на професията мениджър на туристически дестинации (МТД)

Правомощия и отговорности

3. Осигурява организацията и функционирането на ОУД.

Компетенции

Осигуряване на организацията и функционирането на Организацията за управление на дестинацията



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Описание на професията мениджър на туристически дестинации (МТД)

1. Степен на образование:

- Гимназия с диплома за степен;
- Владее на чужд език.

2. Общ брой часове: 1440 от които

- 480 теория (еквивалентни на 80 дни или 16 седмици);
- 960 практика.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Предмети за размисъл...

- "М" от *маркетинг в управлението*;
- ОУД означава професионално управление на дестинацията;
- Смелост и добросъвестност да делегират частично или изцяло компетентностите от публичната администрация до ОУД и от членовете и Съвета на директорите до директора и останалата част от изпълнителния екип;
- Необходимостта от обща представа на национално/регионално/окръжно/местно ниво за дестинации и ОУД;
- Гъвкави решения за съществуване на ОУД и тяхното финансиране.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



6. План за управление на посетителите и стратегия за устойчиво развитие на туризма



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



План за управление на посетителите

Е инструмент за правилното водене на **правилния тип посетители** на **правилното място**, като предоставя **най-добрата възможност** за желаното преживяване с **колкото е възможно по-малко отрицателно въздействие** върху природата и местните **общности** и което предлага най-добрия шанс за **местния бизнес, основан на зеления туризъм**



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Защо се нуждаем от план за управление на посетителите?

Ниско ниво на конфликти:

Посетители ⇔ опазване
Между различните видове посетители
Местни общности ⇔ посетители

Посетители ⇔ други икономически дейности

В края на всеки ден всички трябва да са щастливи, включително природата и местните жители!



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Структура на плана за управление на посетителите:





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



План за управление на посетителите

- [Blumer, A., Managementul vizitatorilor și dezvoltarea turismului în interiorul și în jurul ariilor protejate din Republica Moldova, 2012, UNDP Moldova](#)
- Ръководството е достъпно на: <https://propark.ro/ro/publicatii/managementul-vizitatorilor-si-dezvoltarea-turismului-in-interiorul-si-in-jurul-ariilor-protejate-din-republica-moldova-225.html>



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Стратегия за развитие на туризма

Визия за развитие

SMART цели

План за мерки и дейности

Определяне на приоритети и планиране

- I. Привлича правилните категории посетители
- II. Предоставя на посетителите висококачествено преживяване
- III. Подкрепя усилията за устойчиво развитие



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



План за управление на посетителите и стратегия за развитие на туризма

	План за управление за посетителите	Стратегия за развитие на туризма
Насочено към	Посетители	Туристи
Крайна цел	Високо ниво на удовлетвореност на посетителите. Ниско въздействие върху природата и местните жители.	Развитие на туристическия бизнес; Подкрепа за местните общности; Подкрепа за опазване на природата.
Зона	Може да покрие по-малка площ от цялата дестинация	Територията на дестинацията



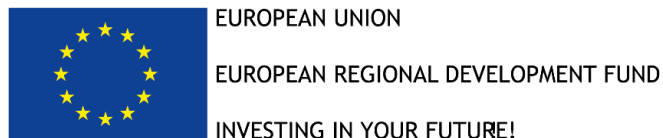
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



7. Маркетинг



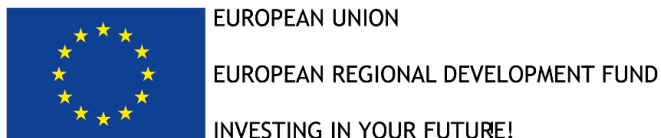
Маркетингов план

A. Фаза на развитие

1. Инструмент за визуално планиране;
2. Съчетава организационните ресурси с външните възможности,

B. Фаза на изпълнение

1. Способността да се реализира стратегията, нейното качество;
2. Способността стратегическите цели да се превърнат в практически действия.



Визия и цели

Препоръчва се визията да изрази това, което организацията **вече предприема**, а не да изрази желание да обяви популярно послание.

"автентичността на идеологията и **постоянството**, с което организацията се поддържа в обявеното **направление**, има значение повече от съдържанието на идеологията" (Collins and Poras, 1997)





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



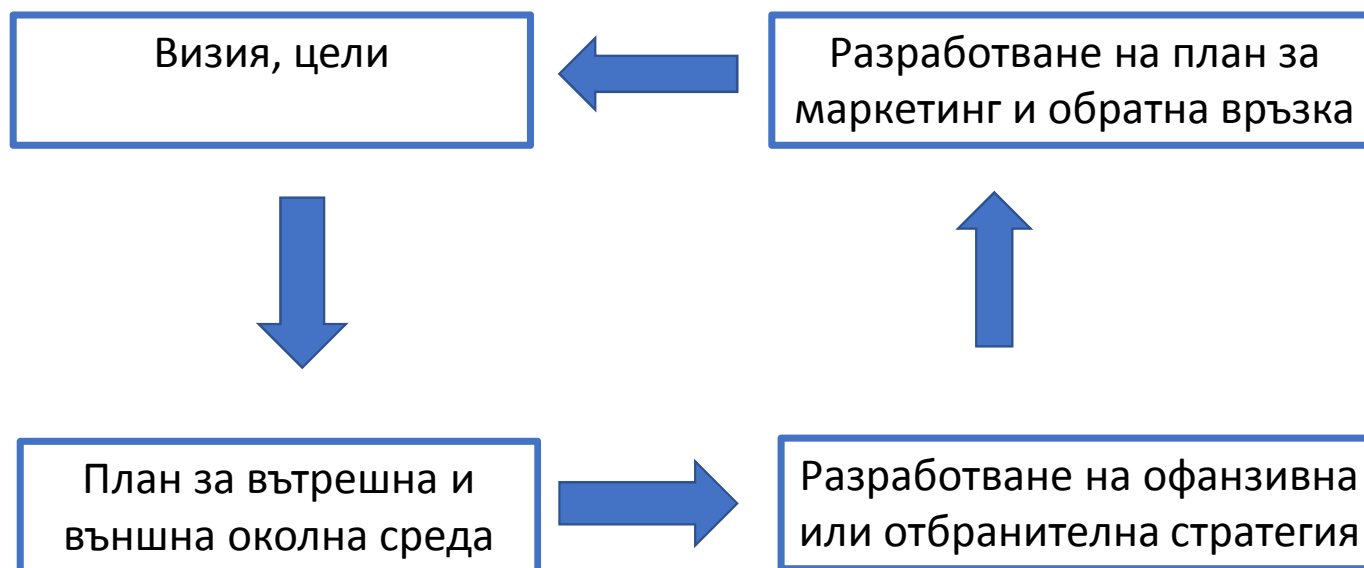
Визия и цели

В идеалния случай целите трябва да бъдат SMART:

- Конкретни;
- Измерими;
- Договорени с онези, които трябва да ги приемат;
- Реалистични;
- Времеви – закотвени във времето.

Пример: нашата дестинация ще удвои броя на нощувките през следващите пет години, като увеличи броя на семействата, които идват да почиват сред природата.

Цикълът на развитието на маркетинговия план





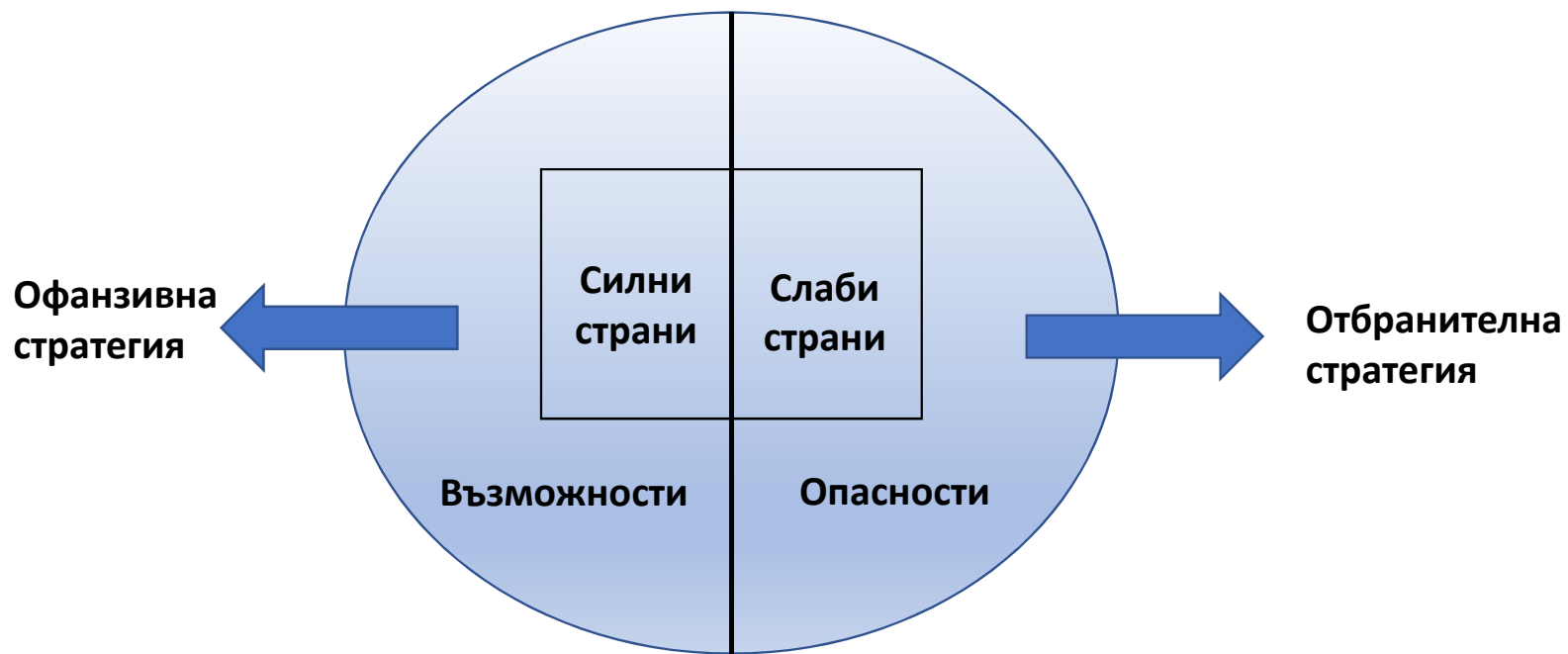
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



SWOT





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Сравнителни и конкурентни предимства (I)

Модел VRIO					
Силни страни	Ценни	Редки	Неподражаеми	Организирани	
Ресурс А	да	да	да	да	Конкурентно предимство
Ресурс В	да	да	да	не	Временно Конкурентно предимство
Ресурс С	да	не			Сравнително предимство
Ресурс D	не				Конкурентен недостатък

Източник: Pike 2008



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Сравнителни и конкурентни предимства (II)

Сравнителни предимства	Конкурентни предимства
Примери	
Наличие на защитена територия	Наличието на посетителски център на парка и на програми за устен превод
Наличие на къщи за гости	Къщи за гости с традиционен външен вид, тип еко-хижа



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Марка

Марката съобщава **сума от компетенции** и представлява **обещание**, така че е **много повече от символ**, представен на обществеността.

Марка = самоличността на производителя и изображение за купувача.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Примери за марки

[Cele mai puternice branduri 2016](#)

[Courmayeur branding](#)

Ребрандингът на Courmayeur носи "Италия в своя връх" на ново поколение търсещи преживявания.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Етапи при полагане на основата на дестинация

- **Обществената осведоменост**, че дестинацията съществува;
- **Асоцииране на марката с нещо познато** - увеличаването на запознатостта чрез повтарящи се експозиции и асоциирането с продуктовата категория;
- **Резонанс на марката** - желанието за посещаване на дестинацията;
- **Лоялност** - желанието за връщане към дестинацията.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



8. Мониторинг



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Видове мониторинг

- **Параметри на** дестинацията
- **Въздействие** върху природната, социалната и културната, и икономическата среда;
- Качеството и текущият етап на **инфраструктурата**;
- Качеството на туристическото **преживяване**;
- **Имиджът** на дестинацията;
- Ефективността и качеството на услугите в **частния сектор**;

- Ефективността на **ОУД**.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Мониторинг на параметрите на дестинацията

Параметър	Показатели
A. Капацитетът за настаняване	A1. Общ брой места
B. Използването на къща за гости / локална мрежа	B1. Общ брой туристи
	B2. Общ брой нощувки
	B3. Процент на заетост
C. Сезонност	C1. Процентно разпределение на туристите по месеци
	C2. Среден престой по месеци
D. Издаване на пазари	D1. Процентно разпределение на туристите по окръзи, страни
	D2. Среден престой по окръзи и страни



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



Благодарим ви за вниманието!

Кристина Илиеску

Андрей Блумер

Богдан Папуч