



INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Практическо ръководство за екологичен и приобщаващ туризъм за учители

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655



**Funded by
the European Union**

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Практическо ръководство за екологичен и приобщаващ туризъм за учители

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655



**Funded by
the European Union**

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



All through the guide you will find the following icons:



Interactive element or index



ПАРТНЬОРИ



Communauté de communes du Sud-Corse,
Франция



Coopérative d'activité et d'emploi Petra Patrimonia
Sud, *Франция*



Igor Vitale International srl, *Италия*



Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti, *Румъния*



Syllogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis Atomon
Me Idikes Angkes, *Гърция*



Acelera Labs, *Испания*



White Manager srl, *Италия*



Rivensco Consulting Ltd, *Кипър*



Nacionalna profesionalna gimnaziya po veterinarna
medicina "Profesor Doktor Dimitar Dimov",
България



Mamak District Directorate of National Education,
Турция

ИНДЕКС

 Моля, щракнете върху картата, за да отидете в секцията



Преглед на научните изследвания и съществуващите политики



1. Как да насърчим екологичния туризъм



2. Как да се насърчи популяризирането и приемането на здравословна и устойчива храна в системата на хотелиерството и рекламирането на местни територии



3. Психология на вземане на решения при усвояване на екологично поведение в туристическия сектор



4. Как да насърчим приобщаващите туристически дейности



5. Как да се насърчи наемането на хора с увреждания



6. Етично представяне на устойчиви цели в туристическия сектор



7. Използване на подхода на геймификация и дигиталните инструменти за насърчаване на екологичното поведение в туристическия сектор



8. Как да насърчим екологично поведение на персонала



9. Как да намалим хранителните отпадъци в системата на хотелиерството



10. Практически упражнения за учители, приложими в класната стая



Преглед на научните изследвания и съществуващите политики

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ ВЪВ ФРАНЦИЯ

Туризмът във Франция е важен икономически сектор както за французите, които избират да прекарат ваканциите си в страната, така и за чужденците, които я посещават. Според данни на Световната туристическа организация от 90-те години на миналия век Франция е водеща туристическа дестинация в света (89 милиона международни посещения на туристи през 2017).

В действителност, поради своето географско разнообразие, история и култура, Франция е предпочитана туристическа дестинация в света от много години: Поради географското си положение Франция е на кръстопътя на Европа. Тя е транзитна зона за пътуване от север към юг в Европа. Страната е в сърцето на европейския туристически пазар и е входна точка към Европа на международни туристи.

Но ако е вярно, че туризмът има силно влияние върху икономиката на Франция, то също е вярно, че масовият туризъм във Франция оказва голямо влияние върху околната среда. Някои туристически местности започнаха да намират начини да ограничат броя на хората, които имат достъп до тях, но това все още не е достатъчно, за да се защитят тези места.

Ако Франция иска да остане на върха на туристическите дестинации, ще трябва да се адаптира към новите желания на туриста. Atout France, водещата организация за туризъм във Франция (те отговарят и за класификацията на хотелите), предлагат насоки как туризмът да бъде по-устойчив, но ще отнеме известно време, докато туристическата индустрия ги последва.

1. Морски туризъм

С общо 5 500 км брегова ивица в континентална Франция, включително 1 948 км плажове на 4 морски бряга, 473 яхтени пристанища, 5 000 км пешеходни пътеки и 3 000 км велосипедни маршрути, бреговата линия е водещата туристическа дестинация на Франция.

Благодарение на тази брегова ивица е изграден туризма във Франция. Именно с появата на платените почивки във Франция, туризмът в страната се демократизира и морските курорти процъфтяват по цялото крайбрежие. Към крайбрежния туризъм се предлагат и широка гама от дейности: лодки под наем, организиран морски риболов, регати, курсове за обучение, екскурзии и др. Всички тези дейности привличат все повече и повече хора всяка година.

Средиземно море остава водещата френска круизна дестинация, а Марсилия е най-популярната дестинация за престой във Франция. Атлантическата дестинация напредва стабилно, движена от пристанищата Хавър, Шербур и Ла Рошел. Същото важи и за Карибите, като Fort-de-France и Pointe-à-Pitre са съответно на трето и второ място като пристанища за заминаване след Марсилия.

2. Планински туризъм

Пешеходният туризъм, като дейност на открито благодарение на своята достъпност към широката публика, е безспорен вектор на икономическо развитие чрез туризъм

Наличието на множество туристически пътеки създава туристическа атракция, за която Корсика е чудесен пример поради

множеството туристически пътеки, предлагани на туристите, позволяващи им да прекосят острова от едната страна до другата.

Туризмът несъмнено генерира допълнителни икономически предимства за селските райони, които пресича, като по този начин насърчава развитието на тези региони.

Световноизвестната GR20 (пешеходна пътека, която пресича средиземноморския остров Корсика), която се появи в годината след създаването на Корсиканският регионален природен парк (PNRC), пресича Корсика от север на юг, от Каленцана до Конка, преминавайки през множество общини на цялата територия.

Пътеката Grande Randonnée се намира в сърцето на територията на Parc Naturel Régional de Corse, който управлява 13 убежища, всички от които са разположени по пътя на GR20. Тези убежища привличат хиляди туристи всяка година.

Трябва да се отбележи, че планинските градове и села се управляват от закон, наречен "планински закон", който има за цел да регулира строителството в тези общини.

3. Културен туризъм

Културният туризъм е един от основните фактори за привлекателността на Франция. Почти половината от 84,5 милиона чуждестранни туристи, посетили Франция през 2015 г., са посочили културни посещения като една от причините за престоя си. Сред това, две трети от посещенията на музеи са направени от чуждестранни посетители.

Франция има наследство, което е добре разпространено по цялата ѝ територия и добре защитено от началото на 19 век. Законът на Малро за „защитените сектори“, създаването на „екомузеи“, създаването от CNMHS (Национален фонд за на историческите паметници и места) на етикета „градове и страни на изкуството и историята“ и политиките за наследство придават нов

акцент на понятието наследство.

Няколко града са поели по пътя на културното наследство. Лион, например, е такъв град. Всяка година градът организира Фестивал на Светлините. Стотици хиляди хора идват, за да отпразнуват братята Люмиер, с огромни икономически ползи.

4. Бизнес туризъм

С повече от 24 000 бизнес пътувания и 78 000 нощувки, прекарани от французите в бизнес пътувания през 2017 г., бизнес туризмът несъмнено е основен отрасъл. Харченето за туризъм представлява около 20% от приноса на туристическия сектор към френския брутен вътрешен продукт.

Франция е водещ сектор в бизнес икономиката на Европа и следователно бизнес туризмът е голяма част от световната туристическа икономика.

Основните печеливши са, разбира се, компаниите в сектора (агенции, организатори и доставчици на услуги), които печелят 52% от финансовите резултати; докато хотелиерите, превозвачите и собствениците на ресторанти си поделят останалите 48%.

По отношение на географското разпределение регионът Ил дьо Франс /Ile-de-France/ е начело на класацията. Той обхваща 32% от оборота.

Френските компании изглежда предпочитат географската близост, избирайки места, които са по-близо до дома, за да намалят разходите, но достатъчно далеч, за да не се чувстват като в офиса. Така 6 от 10 служители са поканени на събития, които се провеждат в техния регион.

5. Екотуризъм

Въпреки че е вярно, че екотуризмът е в основата на пътната карта на Atout France (Агенцията за развитие на туризма на Франция), страната всъщност не е предшественик в устойчивия туризъм. Някои страни, като Коста Рика, са се насочили към екологичен и наистина устойчив туризъм, по-специално преминавайки към въглеродна неутралност. Някои добри практики, обаче, се развиват във Франция като нова насока. Пандемията принуди съществуващите бизнеси да преосмислят своя бизнес модел и да насочат фокуса си към по-устойчива и местна форма на туризъм, която се търси повече по време на пандемия. Наистина, без да могат да пътуват, както желаят, гражданите, които имат нужда да пътуват, както желаят, гражданите, които търсят промяна на обстановката, показват желание да преоткрият ежедневието си.

ИЗТОЧНИЦИ

- RICHEZ G. et RICHEZ-BATTESTI J. (1991) « Les activités sportives de pleine nature dans l'espace rural corse ».
- RICHEZ G. (1983) Le Parc Naturel Régional de la Corse onze ans après. Méditerranée.
- ATOUT FRANCE
- UNWTO World Tourism Barometer
- Delfau, E. (2015). Le tourisme : quelle ambition pour la France ?. Annales des Mines - Réalités industrielles, 2015.
- BENHAMOU F. (2009). L'économie de la culture. Septième édition. Collection Repères.
- T. DAUM, et E. GIRARD. (1997) Du voyage rêvé au tourisme de masse.
- F. DEPREST. (1997). Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire. Mappemonde. Belin.
- R. AMIROU. (2000) Imaginaire du tourisme culturel, Paris, PUF.

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ ВЪВ ИТАЛИЯ

Устойчивият туризъм може да се определи като туризъм, който взема предвид екологичните, икономическите и социалните влияния, като отговаря на нуждите на клиентите, индустрията, околната среда и приемащите общности.

Концепцията е толкова широка, че включва всички аспекти и всички участници в приключението, наречено пътуване. Културното обогатяване и релаксацията работят заедно с насочено внимание към превозното средство, с което човек пътува, къде спи, какво яде, какви маршрути избира, за да не навреди на околната среда. Идеята, която се насърчава от устойчивия туризъм, е за отговорна и екологична идея за почивка.

1. Устойчив туризъм в Италия

Устойчивият туризъм в Италия се разраства и включва не само клиентите, но е насочен и към туроператорите. Банката на Италия в доклад от декември 2018 г., озаглавен „Туризмът в Италия: цифри и потенциал за развитие“, свързва развитието на сектора с фокуса върху устойчивостта. Докладът разглежда препоръка на ОССЕ (Организация за сигурност и сътрудничество в Европа) към правителствата да направят „зелени инвестиции“ за:

- повишаване на енергийната ефективност на местата за настаняване;
- подобряване на управлението на водните ресурси и системите за събиране на отпадъци;
- насърчаване на грижата за земята, биоразнообразието и културното наследство на всяка страна.

От особено значение за Италия са опазването и подобряването

на нейното културно наследство, една от нейните безспорно силни страни, и грижата за земята. Накратко, устойчивите ваканции не само подобряват планетата, но също така помагат на операторите, които ги рекламират и на заинтересовани местни общности. Те се превръщат в незаменим ресурс за местната икономика.

Вниманието към устойчивия туризъм в Италия почти се е удвоило след пандемията. Всъщност 3,7 милиона италианци се интересуват от темата и почти 60% от тях са жени. Отчитането на тези данни е на Omio - приложение за пътуване, което позволява на желаещите да пътуват да сравняват оферти.

В проучване от 2022 г. повече от 2000 възрастни, на средна възраст 41 години, взеха участие. Анкетирания на възраст между 25 и 35 години показват една трета по-голям интерес към темата за устойчивостта отколкото тези на средна възраст.

Проучването на Omio показва, че пътуващите, които избират устойчив туризъм в Италия, правят конкретен избор. На първо място избират органичните храни и електрическите превозни средства. Освен това предпочитат нощувка със закуска, а не голям хотел.

Природосъобразният турист предпочита приключенски пътувания с раница. Затова той пътува бавно, с влак или автобус и отсяда в хостели. По този начин пести пари, изследва места и осъществява нови запознанства.

Според 8-ия доклад „Италианци, устойчив туризъм и екотуризм“:

- 41% от италианците смятат устойчивия туризъм за етично правилен
- 58% от пътуващите планират пътуването си, замисляйки се за щетите, които може да причини на околната среда

- Почти 70% биха се отказали от колата си, ако дестинацията може да се стигне с влак

Относно храната:

- 93% предпочитат ресторанти, предлагащи продукти от близки райони
- 81% избират ресторанти, които използват съставки от органично земеделие

Според 11-ия доклад „Италианци, устойчив туризъм и екотуризъм“ през следващите десет години осведомеността за устойчив туризъм и екотуризъм ще достигне 69% от италианците (+3% в сравнение с миналогодишното проучване). Процентът на познаване на определението „устойчив туризъм“, разбирано като това, което зачита околната среда и се стреми да намали потреблението на енергия и земни ресурси, нараства до 85% (+2% в сравнение с последното проучване). Общо 73% от анкетираните смятат екотуризма за етично правилен избор и близост до природата (+2% спрямо предишното проучване).

2. Ползите и пречките на устойчивия туризъм

Ecobnb, онлайн туристическа общност за устойчив туризъм, обяснява някои от предимствата, които Италия е осъзнала чрез устойчивия и екологичен туризъм.

Първо, в Италия се наблюдават икономически ползи чрез устойчивия туризъм, който осигури бум на възможности за работа в страната. Така за местните са се отворили работни места в сферата на обслужване на клиенти, хотели или просто помагат с транспорта, работейки с таксиметрови компании. Но това не са само икономически ползи.

От културна гледна точка, много усилия се полагат за подпомагане на развитието и в крайна сметка запазването на традиционните обичаи в страната. Това не само помага на тези общности с финансирането на техните културни дейности, но ги и защитава за бъдещи посещения, което ги прави по-устойчиви.

И накрая, социалните ползи от устойчивия туризъм. Благодарение на тези приходи от туризъм в страната се е подобрила инфраструктурата, от реновирани пътища до подобрени канализационни системи. В резултат на това качеството на живот в страната се е увеличило и Италия се е превърнала в още по-привлекателно място за посещение от туристи.

Статията на Ecobnb обобщава, че чрез устойчивия туризъм в страната се наблюдава повишаване на качеството, което е позволило на нейните обекти на наследство да останат девствени и добре запазени.

И все пак, въпреки че има много предимства, когато се прилага устойчив туризъм, той има и много пречки. Според проучването на Omio основните пречки към наистина устойчив туризъм са три фактора: цена, начин на пътуване и продължителност. По-конкретно, 41% от анкетираните биха искали да има по-евтини устойчиви алтернативи за пътуване. За 19% от хората билетите за автобус и влак са твърде скъпи, за да бъдат предпочитани пред кораб или самолет. По отношение на начините на пътуване най-големият проблем може да се обобщи като липсата на информация за наличните устойчиви възможности. 35% от отговорилите посочват липса на възможности и информация за устойчиви алтернативи за пътуване. Този процент е още по-висок сред по-младите групи. Друг решаващ фактор, когато става дума за избор на устойчиво пътуване, се отнася до скоростта: 32% от анкетираните смятат, че автобусите и влаковете са твърде бавни транспортни средства, докато 37% мислят, че тези средства са по-малко гъвкави от автомобила.

3. „Указ за възстановяване 2021”

Устойчивият туризъм е осъществима реалност, но е необходимо сътрудничество, което не започва само с туристите, но изисква съдействие и от страна на туроператорите в сектора: те трябва да се ангажират да предлагат дейности и преживявания, които имат малко влияние върху околната среда; в същото време хотелите и ресторантите могат да покажат заинтересованост за околната среда както чрез избора си на храни и винени продукти, така и чрез потреблението на енергия и химикали.

Указът за възстановяване също така предвижда фонд за предприятия с дарение от 180 милиона евро, чрез който могат да бъдат отпуснати 35% от направените разходи за устойчивост на околната среда, дигитални иновации и енергийна преквалификация.

В рамките на Фонда на фондовете е създадена секция, наречена „Фонд за устойчив туризъм“ с дарение от 500 милиона евро за изпълнението на горепосочената проектна линия, посветена на развитието и устойчивостта на предприятията в туристическия сектор, с 50 % резерв, насочени към подкрепа на инвестициите за енергийна преквалификация.

4. Примери за устойчив туризъм в Италия

Поради своите характеристики, практиките за устойчив туризъм в Италия обхващат различни насоки. Пример за „Зелена“ практика са „alberghi diffusi“ (разпръснат хотел): иновативна концепция за настаняване, при която няма строеж на нови сгради, а се предлагат пансион и нощувка в реновирани къщи или блокове в историческите селища на Италия, като например по хълмовете на западната Лигурийска Ривиера или в планините Барбаджа в

Сардиния.

В други случаи преустройството засяга сгради, които са били създадени с напълно различно предназначение. Такъв е случаят с миньорското село Наркао в Сулсис /Sulcis/, Сардиния, което е преустроено в екомузей с 40 легла, или бившата топлоелектрическа централа в Порто Толе, която ще бъде трансформирана в иновативен и устойчив туристически център на открито, предлагащ места за водни спортове, преживявания сред околната среда и ландшафта и стратегия за развитие на типично рибно и селскостопанско производство.

Карта на устойчивия туризъм в Италия беше публикувана от Италианската асоциация за отговорен туризъм (AITR), която описва всички интересни места за туризъм. Това са малки общини, включени в мрежата на Автентични села на Италия, природни резервати, управлявани от WWF (Световен Фонд за Природата), хотели и къмпинги, които са получили екологичен сертификат от Legambiente, или био-агротуризми, сертифицирани от Института за етично и екологично сертифициране (ICEA).

Обсъждането на възможности и етично-социалната отговорност също са принципи на устойчивия туризъм: например насърчаването на продукти от близки региони или, във втория случай, маршрутите на Valle del Sosio в провинция Палермо ,с антимафиотски организации, предлагащи безплатни планински маршрути“.

Ето списък с някои други примери за устойчив туризъм в Италия:

- **Сардиния** - Gorroppu Gorge, за любителите на пешеходния туризъм, рай в Supramonte. Това е прекрасен каньон, най-дълбокият в Европа. Дълбочината му го прави трудно достъпен, поради което все още запазва няколко сардински ендемита. Организаторите на екскурзиите до това място се грижат за популяризирането и подобряването на района в

цялостна защита на околната среда;

- **Сицилия** – Паркът Неброди, голяма зелена зона между Месина, Ена и Катания. Управата на парка и Centro Parchi Internazionali (Международен парков център) подписа меморандум за сътрудничество с цел създаване на екотуристическа стратегия за привличане на туристи в най-голямата защитена зона на Сицилия;
- **Пулия** - Саленто с велосипед, едноседмични маршрути на две колела. През последните няколко години нарастващият интерес към околната среда и преоценката на района доведоха до създаването на Salento Bici Tour, велосипеден туризъм с акцент върху околната среда;
- **Тоскана** - Екологичния маршрут на националния парк Foreste Casentinesi, сред водопади и гори. След процедурата за кандидатстване през 2014 г. и последвалото посещение на одитор на Europarc, Националният парк получи престижното признание на първата фаза на Европейската харта за устойчив туризъм.

Устойчивостта включва природосъобразни туристически маршрути, пешеходни, с велосипед или с електрически превозни средства. Любителите на пешеходния туризъм из Алпите и Апенините винаги са уважавали философията за постигане на нулеви емисии при пътуване, която се възприема и от онези, които избират да следват историческите поклоннически маршрути, като Via Francigena. За любителите на колоезденето, от друга страна, електрическият велосипед позволява да се преминат дълги маршрути бързи и удобно, наслаждавайки се на организирани обиколки, като например до остров Елба или до местата на Леопарди в Реканати.

Ако придвижването на две колела не е достатъчно удобно, може да се премине към електрическа кола. През февруари 2018

г. беше подписан меморандум за разбирателство с Министерството на културата и туризма за насърчаване на електронната мобилност в градовете с най-голямо туристическо значение, като например в много от най-живописните райони на Италия, от Коста д'Ардженто до Вентотене, от Иския до Сицилия.

5. Геймификация в училище

Геймификация е фантастична дума, която до голяма степен се използва в образованието и обучението. Просто казано, геймификацията е използването на елементи от дизайна на играта и принципи на играта в контекст извън играта. Ясен пример за тази практика е да направим нещо чрез използването на видео игра, като придобиваме виртуални „точки“ или изпълняваме поредица от задачи или дейности, за да преминем към следващото ниво, в контекст, различен от игри, за да се осигури забавление и стимулация за учащия.

Геймификацията става все по-използвана в образователните среди поради редица причини: когато става въпрос за учене, да бъдеш по-фокусиран и увлечен може да подобри изживяването. Геймификацията предлага начин да направи образованието по-приятно и забавно, както и да увеличи ефикасността. Накратко, това прави трудните неща по-забавни, като помага за мотивирането на учениците и им създава по-голяма ангажираност.

Пандемията промени образованието на всички нива, включително в гимназията и университета, и задължи преподавателите и институциите да се адаптират към нови стратегии за преподаване. Разработването на образователни инструменти, съвместими със социалното дистанциране, се превърна във фундаментална стратегия, тъй като милиони

ученици бяха затворени, за да се намали разпространението на епидемията.

Геймификацията често е фокусирана върху награди и цели. Поощрения могат бъдат предложени като стимул да се научи нещо ново. Чрез игри учениците могат да учат по един вълнуващ, забавен начин, като същевременно увеличават знанията и разбирането си по предмета. Въпреки това, тези базирани на игри елементи могат да бъдат интегрирани и в други дейности в класната стая, а не само на компютри или таблети.

За да бъде успешен даден проект за геймификация и да има стойност, е необходимо да се насочи към реалните предизвикателства на училищата, като се фокусира върху области, където геймификацията може да осигури максимална полза и се основава на съществуващи изследвания. Заедно със създаването на проекти за геймификация, трябва да се анализират потенциалните опасности от геймификацията както за игрите, така и за училищата, и да се определят критерии за това дали проектите постигат целите си.

Точно както образователната роботика, геймификацията също е включена в Националния план за дигитално училище на Miur (Италианското министерство на образованието), който награждава училищата, които възприемат дигитални иновации с награда за цифрово училище. За тази награда училищата могат да номинират проекти и инициативи, които са вече осъществени или са в процес на изпълнение, и предлагат иновативни модели и добри практики на интегрирана дигитална дидактика. Тези дигитални методи са били тествани по време на епидемиологичната извънредна ситуация и са способни да оказат значително въздействие върху усвояването на дигитални умения, като благоприятстват производството на дигитално дидактическо съдържание и активното участие на учениците.

Источници

- VIII rapporto “Gli italiani, il Turismo Sostenibile e l’Ecoturismo”,
<https://www.fondazioneuniverde.it/iniziative/presentato-8-rapporto-gli-italiani-il-turismo-sostenibile-e-lecoturismo/>
- XI Rapporto “Gli italiani, il turismo sostenibile e l’Ecoturismo”,
<https://www.fondazioneuniverde.it/wp-content/uploads/2021/09/XI-Rapporto-Italiani-turismo-sostenibile-ed-ecoturismo-settembre-021.pdf>

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ В БЪЛГАРИЯ

Тази работа има за цел да представи известен преглед на научните изследвания и съществуващите политики в България.

Въз основа на анализ от прегледа на научни статии, доклада синтезира теоретичните изследвания за това как екотуризмът се развива в България, приемането на устойчива система за хотелиерство, правилата и съществуващото законодателство за приобщаване на служители с увреждания, екологичното поведение в туристическата индустрия.

Откритията се основават на различни начини на изследване, което е концентрирано върху количествени и качествени проучвания, проведени главно в сферата на хотелиерството.

Обобщението от теоретични насоки показва, че изследванията могат да се основават на маркетингова литература, потребителско поведение, промоция на услуги и подходи за вземане на решения.

Първо, трябва да определим какви знания, умения и способности са необходими, за да подготвим ученика за пазара на труда, тъй като студентите са бъдещата работна сила.

Една от основните цели на проекта е да приобщи учениците с увреждания, за да им даде равни възможности да успеят, да учат, да се развиват. Приобщаващите практики ще донесат по-приемащо и подкрепящо отношение към работодателите, както и по-голяма ангажираност от страна на служителите.

Според Национална стратегия за екотуризъм на USAID (Американската агенция за международно развитие), България има богата история, значима природа - планински ски курорти, красиви плажове и много неразвити селски райони за любители на

природата и приключенията, и културна идентичност, които са добре развити в селските райони. Тези ресурси осигуряват силна основа за екотуризм в България. Това създава нишов туристически сегмент, базиран на уникални природни ценности, което води до опазване на биоразнообразието и икономически растеж, като по този начин се развиват системи за насърчаване на устойчивото опазване и управление на природните ресурси в и около българските защитени територии.

Устойчивото преработване на храни е една от основните цели за насърчаване на екотуризма и улесняване на възприемането на по-здравословни навици не само в България, но и в Европа.

Зелените умения и нагласи са важни за устойчивото развитие на компаниите в туризма и хотелиерството.

Устойчивостта навлиза в идеята за опазване на околната среда, което налага по-ефективното използване на ресурсите в туризма и хотелиерството. По този начин много компании насочват своите стратегии към по-екологично развитие, с повече загриженост за околната среда.

Някои от съществуващите местни правила, които хотелите прилагат, са:

- Коректна и ясна информация, инструкции, контрол и обучение за всички служители;
- Всички служители са информирани за текущите приложими разпоредби за здраве и безопасност;
- Има екип за спешни случаи, готов да действа при планирани случаи на извънредни ситуации (напр. пожар, наводнение, земетресение, замърсяване на околната среда);
- Провеждане на превантивни здравни мерки, за да се осигури максимална безопасност и сигурност;

- Непрекъснато надграждане и подобряване на методите на работа, с цел елиминираме възможни злополуки и наранявания.

Всички служители трябва да изпълняват своите отговорности по отношение на Зелените умения, а нагласите са важни за устойчивото развитие на туристическите и хотелиерските компании.

Но според изследване в България има някои пропуски в екологичното поведение в туристическата индустрия.

Развитието на природосъобразно поведение повишава конкурентоспособността и финансовите резултати на компаниите в туризма и хотелиерството.

Чрез онлайн въпросник и интервюта, които бяха разпространени по електронната поща на всички туристически и хотелиерски компании, чиито имейли бяха открити в националните регистри на местата за настаняване, заведенията за хранене и напитки, туристическите агенции и музеите в България, мениджъри и служители бяха помолени да оценят нивото на екологично поведение и умения.

Резултатите показват, че най-голям пропуск има в способността за управление на отпадъците, отпадните води, рециклирането и компостирането.

Мениджърите на заведения за храна и напитки обаче съобщават за по-високо текущо ниво на тяхната способност да минимизират употребата и да увеличат максимално ефективността на потреблението на енергия и вода. По същия начин мениджърите на заведения за храни и напитки съобщават и за по-високо текущо ниво на умения за опазване на биоразнообразието, вероятно защото храните и напитките са пряко свързани с преработката на растителни и животински

продукти.

Анализът показва, че българските туристи все още не класифицират екологичното поведение като особено важно. Всички, които са отговорили, признават, че управлението и опазването на околната среда са важни и трябва да бъдат в центъра на бъдещото развитие на уменията, но засега те не са приоритет и следователно се предоставя само ограничено специализирано обучение. Компаниите смятат, че уменията, свързани с рециклирането, намаляването на отпадъците и пестенето на вода, електричество и други ресурси, са най-важни, вероятно поради прякото финансово въздействие на тези спестявания върху крайния резултат на компаниите.

Тук могат да се видят въпросите, които са били зададени на хората:

- Възможност за минимизиране на използването и увеличаване на ефективността на потреблението на енергия и вода
- Способност за управление на отпадъци, отпадни води, рециклиране и компостиране
- Опазване на биоразнообразието
- Насърчаване на устойчиви форми на транспорт (напр. обществен транспорт)
- Насърчаване на природосъобразни дейности и продукти
- Познания за изменението на климата

Говорейки за служители, друг важен аспект е заетостта на хората с увреждания.

Според проучване на TMF group хората с увреждания,

регистрирани в Агенцията по заетостта, имат право да използват специализирано трудово посредничество при информиране и намиране на работа и професионално ориентиране по Закона за насърчаване на заетостта.

По отношение на лицата с трайни увреждания Закона за хората с увреждания въвежда ново изискване българските работодатели с 50 и повече служители да спазват квоти за наемане на персонал с трайни увреждания

- Работодатели с 50 до 99 служители: 1 човек с трайно увреждане
- Работодатели със 100 или повече служители: 2% от средния брой персонал.

Важно е да се отбележи, че ако работодателят не изпълни задълженията си за наемане на персонал с трайни увреждания по квоти, той е длъжен да изплаща месечно обезщетение. Обезщетението е в размер на 30% от минималната месечна работна заплата за всяко незаето работно място, предназначено за лица с трайни увреждания.

Задължението може да бъде отменено само при следните обстоятелства.

- Има специфични фактори в работната среда, които изключват наемането на хора с трайни увреждания.
- Няма регистрирани и насочени лица с трайни увреждания от Дирекциите по труда или от посредници за набиране на работа.
- Работодателите прилагат алтернативни мерки за заетост на хора с трайни увреждания

Закона за хората с увреждания също дава възможност на работодателите да кандидатстват за финансиране по национална

програма за наемане на хора с увреждания за определени цели. За това има отделна процедура, която предстои да бъде финализирана.

1. Устойчив туризъм в България

За да подобри икономическата ефективност и икономическото представяне чрез оптимизиране на използването на природните и социални ресурси, България се ангажира с прилагането на принципите на устойчивото развитие на национално ниво, което определя 17 цели за устойчиво развитие (ЦУР). Три от тези цели са особено свързани с устойчивия туризъм.

- ЦУР 8. Насърчаване приобщаващ и устойчив икономически растеж, заетост и прилична работа за всички; подцел 8.9 - до 2030 г. разработване и прилагане на политики за насърчаване на устойчив туризъм, който създава работни места и насърчава местната култура и продукти;

- ЦУР 12 – Осигуряване на устойчиви модели на потребление и производство; подцел 12б - разработване и прилагане на инструменти за наблюдение на въздействията върху устойчивото развитие за устойчив туризъм, който създава работни места и насърчава местната култура и продукти;

- ЦУР 6 – Осигуряване на наличие и устойчиво управление на водата и канализацията; подцел 6.4 - до 2030 г. значително повишаване на ефективността на използване на водата във всички сектори и осигуряване на устойчиво изтегляне и доставка на прясна вода за справяне с недостига на вода и значително намаляване на броя на хората, страдащи от недостиг на вода.

Според Стратегията за туризъм до 2030 г., която се фокусира върху устойчивостта, растежът на туризма през последните години демонстрира значението му като дейност, която генерира

благосъстояние, заетост и развитието на нови икономически дейности. Този растеж обаче доведе до важни предизвикателства по отношение на превръщането на модела на развитие съвместим с местните общности и с целите за устойчиво развитие. В този контекст правителствата и заинтересованите страни в туризма изискват разработването на туристически стратегии и политики, които разчитат на принципите на устойчивостта. В България през последната година туризмът регистрира положителни резултати, които засилват капацитета му за генериране на повече приходи и заетост. Българското правителство стартира през 2014 г. и актуализира през 2017 г. Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014-2030 г., която дефинира визията на българската туристическа индустрия за следващите 15 години: „Да превърнем България в дестинация, чието развитие се основава на принципите на устойчивост - оптимално използване на ресурсите, зачитане на социокултурната автентичност на местните общности, осигуряване на надеждна икономическа дейност и равномерно разпределение на социално-икономическите ползи” . Тъй като България е в ранен етап на развитие на устойчив туризъм, отговорните власти трябва да осигурят необходимите условия за устойчиво развитие на сектора, като балансират благосъстоянието на туристите и местните общности, нуждите на природната и културна среда и развитие и конкурентоспособност на дестинацията и бизнеса. Българската национална стратегия за туризъм до 2030 г. определя четири стратегически стълба:

- Създаване на благоприятна среда и бизнес зона за развитие на устойчив туризъм;
- Развитие на конкурентен туристически сектор;
- Популяризиране на България и успешно позициониране на страната на световния туристически пазар като атрактивна дестинация;
- Да се балансира развитието на туристическите райони.

Значението на устойчивостта в туризма и неговото измерване и тълкуване се подчертава от много автори в литературата. Освен това Европейският съюз, Световната организация по туризъм (СТО), Европейската агенция по околна среда (ЕАОС) и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) издадоха документ, описващ показателите за устойчивост и тяхното измерване и в трите стълба – икономически, екологични и социални. Тези измервания изследват и подчертават ролята на туризма в някои ключови области, като например: приобщаващ и устойчив икономически растеж; социално включване, заетост и намаляване на бедността; ефективно използване на ресурсите, опазване на околната среда и културни ценности, разнообразие и наследство.

2. Как да се насърчат приобщаващи туристически дейности

Финансират се проекти на работодатели за разкриване на нови работни места и подобряване на условията на труд за лица в трудоспособна възраст с трайни увреждания през 2021 г. Средствата се предоставят по Националната програма за заетост на хората с увреждания на Министерството на труда и социалната политика.

Работодателите получават финансова подкрепа, за да осигурят достъп до съществуващи или нови работни места за хора с увреждания. Те се подпомагат и за квалификация или преквалификация на работник с увреждане.

Друг проект помага на хора с увреждания, които искат да започнат самостоятелен бизнес.

Изграждането на достъпна архитектурна среда от културно-исторически и спортни обекти за хора с увреждания също

допринася за приобщаването на хората с увреждания.

Целта на този закон е да осигури условия и гаранции за: 1. равнопоставеност на хората с увреждания; 2. социална интеграция и упражняване правата на хората с увреждания; 3. подкрепа на хората с увреждания и техните семейства; 4. интегриране на хората с увреждания в работна среда. Член 3 Не се допуска никаква форма на дискриминация, нито пряка, нито непряка, спрямо хората с увреждания. 4. Интеграцията на хората с увреждания се осъществява чрез: 1. медико-социална рехабилитация; 2. образование и професионално обучение; 3. заетост; 4. достъпна жилищна и архитектурна среда; 5. социални услуги; 6. социално-икономическа защита; 7. достъпна информация

3. Геймификация в училище

Когато терминът „геймификация“ се появява в контекста на образованието, той обикновено се използва като начин за подобряване на ангажираността и мотивацията на учениците. Това трябва да е достатъчна причина да интегрирате този начин на обучение в цялостния учебен процес. Но изследванията са документирали различни други предимства, включително развиване на постоянство и издръжливост, подобряване на уменията за решаване на проблеми, изграждане на креативност.

Геймификация може също да бъде прилагането на елементи и принципи, създадени за игри в контекст извън игрите. Елементите на игрите включват: получаване на точки или значки за верни отговори. Основен принцип в игрите е преминаването от едно ниво към друго след успешно завършване на предходното.

Може да се каже, че елементите и принципите на играта присъстват в училище. Точките всъщност са оценките, които ученикът получава. Героите са самите ученици и учители. Конкретни цели? За успешно преминаване на тестовете. А преходът от едно ниво към друго е преход от един клас към по-

ВИСОК.

Една от възможностите за иновации е прилагането на различни подходи към учебния процес. В България чрез различни платформи учителите могат да създадат собствена виртуална класна стая, където да предоставят допълнителни интерактивни материали за работа.

Източници

- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova.
<https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016>
- <https://www.tmf-group.com/en/news-insights/articles/2019/march/bulgaria-new-people-with-disabilities-act/>
- <https://www.mlsp.government.bg/eng/with-35-million-bgn-will-be-financed-projects-for-employment-of-persons-with-disabilities>

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ В РЕПУБЛИКА КИПЪР

1. Въведение

Устойчивият туризъм представлява голямо предизвикателство за всички съвременни икономики, призовавайки всички заинтересовани страни, както от публичния, така и от частния сектор, да създадат уместни партньорства с цел да се гарантира, че това ще предостави съответните стимули за растеж. Това е допълнение към всички останали дейности, които се предприемат от публичния сектор, за да се подобри националната туристическа инфраструктура и да се гарантира привличането на повече хора, което е сериозна инвестиция в конкретната индустрия. Освен това ролята на други организации с нестопанска цел, като например търговските камари, не може да бъде пренебрегната, тъй като те могат да се превърнат в ефективен стратегически партньор чрез своя опит и работа. И накрая, в рамките на този процес, стратегическата роля и въздействието на университетите трябва да бъдат взети под сериозно внимание, тъй като чрез техните научни изследвания, опит и провеждане на ефективни пазарни проучвания наистина могат да осигурят на туристическата индустрия подходящи знания, създавайки една глобална бизнес среда, която да бъде от полза за всички заинтересовани страни. Това, разбира се, включва човешкия фактор, който също се счита за основен елемент за осигуряване на устойчиво развитие на туризма и допринася за цялостното качество в рамките на подходяща работна среда, създавайки възможност за саморазвитие.

Този документ разглежда няколко аспекта, определени в границите на Република Кипър (РК), които да предоставят изчерпателна представа за проблемите, свързани с индустрията, както и концепцията за устойчивост, като част от стратегическата

насока на страната.

2. Стратегически план на Министерството на Туризма

Министерството на туризма през 2019 г., непосредствено след избухването на пандемията от Covid-19, преразглежда стратегическото си планиране за туризма, за да осигури устойчив растеж, базиран на модела SMART (специфичен, измерим, постижим, реалистичен, ограничен във времето). Стратегическото планиране идентифицира проблеми, които трябва да бъдат ефективно преодоляни, за да се гарантира устойчивост.

- i. Сезонност – Кипър е известна със своето прекрасно слънчево време през цялата година, като над 300 дни в годината са слънчеви. Въпреки това страната не успя да привлече посетители през зимата, което доведе до сериозни проблеми за бизнеса и правителството, тъй като трябва да добави към ведомостите хиляди професионалисти;
- ii. Регионалност – Въпреки че е сравнително малка страна, туризмът в Кипър не е разпределен по равно и определени райони, като селските, са изправени пред сериозни проблеми. Това, добавено към сезонността води до някои сериозни опасения относно способността на страната да осигури устойчиво развитие и да смекчи урбанизацията;
- iii. Конкурентоспособност – Да останеш конкурентоспособен винаги е било един от най-важните проблеми на туристическата индустрия на страната. Липсата на обучение на кадри създаде сериозни пречки, за разлика от десетилетията 1980-2010 г., в които страната беше известна със своето гостоприемство и високо ниво на качество;
- iv. Липса на решения, основани на данни – Предшественикът на заместник-министерството на туризма, Кипърската туристическа организация работеше на доста бюрократична основа и оставаше

на разстояние от реалните статистически факти. Това доведе до разминаване между реалността и процеса на вземане на решения, което в някои случаи създаде проблеми за индустрията и, разбира се, за отделните предприятия;

- v. Неблагоприятен климат – В резултат на обикновено горещото време, хиляди хора не са склонни да посещават Кипър. Проблемът се криеше във факта, че страната не можеше да осигури алтернативни форми на туризъм, особено в селските райони, където не само времето е страхотно, но могат да предложат и изключителни съоръжения, за да могат гостите да си прекарат фантастично.

Въз основа на всички горепосочени проблеми стратегическото планиране на Министерството е поставило конкретни цели, които ще помогнат на страната да се радва на устойчив растеж. Важно е, че това планиране включва както материални, така и нематериални елементи, помагайки на всички заинтересовани страни да участват ефективно в този процес. Следователно следните цели по отношение на устойчивост са поставени:

- i. Разработване на силна марка и имидж чрез професионално разработен подход, за да се гарантира, че страната ще има положително име и ще може да привлича гости от висшето общество, както и с разнообразен произход;
- ii. Разработване на холистичен подход с участието на всички възможни заинтересовани страни, за да може Кипър да стане една от 30-те топ дестинации в света и да може да се конкурира с традиционно силни пазари;
- iii. Страната да разкрие цялостните си предимства, които ще й помогнат да се превърне в целогодишна дестинация, като се фокусира особено върху пазари, които са изправени пред екстремни метеорологични условия през зимните месеци, като скандинавския регион;

- iv. Значително повишаване на цялостното качество на индустрията, особено на тези сфери, които попадат в човешките ресурси. Това изисква сътрудничество с националния орган за развитие на човешките ресурси;
- v. Да се превърне в дигитално интелигентна дестинация, в която националната инфраструктура, разработена от заместник-министерството на научните изследвания, иновациите и цифровата политика, ще помогне на бизнеса в индустрията да трансформира цифрово своите операции;
- vi. Да се превърне в дестинация с благоприятен климат, разкривайки своите скрити тайни. Това става със съдействието на Дирекцията за развитие на планинските общности;
- vii. Да се превърне в място, където всички жители, независимо от мястото си на пребиваване, ще могат еднакво да се възползват от развитието на туризма и да спомогне за смекчаване на проблема с урбанизацията, който силно нараства в РК.

3. Устойчиво развитие на селските райони и алтернативни форми на туризъм

Както беше описано, устойчивото развитие на селските райони в страната дълго време остава истинско предизвикателство за националните власти, тъй като това е свързано с няколко въпроса като: равномерно разпределение на приходите от туризъм, смекчаване на урбанизацията и подпомагане на тези райони да трансформират дигитално своята регионална и индивидуална инфраструктура. Заместник-министерството на туризма, заедно със сътрудничеството на други ключови заинтересовани страни, като Съюза на кипърските общности, през последните години изготви, разработи и изпълни изключително амбициозно стратегическо планиране. Планирането беше резултат от дългосрочен социален диалог и доведе до някои важни резултати,

които се фокусират основно върху обслужването на следните цели. Трябва да се отбележи, че ефектът тепърва ще се види, но първоначалните резултати показват, че стратегическото планиране работи.

- i. Да се гарантира, че младите двойки или ще се върнат, или ще останат в своите общности, които са били силно засегнати от нарастващата заплаха от урбанизация, следователно, увеличаване на общия потенциал за социално и икономическо включване и устойчивост;
- ii. Да се осигурят стимули за млади и най-вече жени предприемачи, като се обърне внимание на туризма и основния сектор, за да могат общностите да станат по-жизнени и устойчиви във финансово отношение;
- iii. Постепенно да успеем да разпределим справедливо приходите от туризъм към тези общности, които са били пренебрегвани през предходните години, като се вземат предвид техните огромни способности и потенциал за растеж в сектора;
- iv. Да се разработи набор от финансово осъществими алтернативни форми на туризъм. Различни видове туризъм като например медицински, религиозни, конференции, изследване на природата и наблюдение на птици претърпяха огромен растеж в резултат на този стратегически подход;
- v. За привличане на преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ) в нови проекти, за предпочитане, които ще бъдат свързани с младото и женското предприемачество, което ги прави по-конкурентоспособни, тъй като те ще могат да привличат както капитал, така и човешки опит;
- vi. Предоставяне на възможности на лица, които преди са били считани за социално изолирани и/или изключени от социални и

бизнес възможности, като част от подхода на страната по този деликатен въпрос

4. Защита на горите и устойчив туризъм в Република Кипър

Обезлесяването има много отрицателни ефекти върху туристическа индустрия, което изисква националните власти да си сътрудничат помежду си, за да се справят ефективно с този тревожен проблем, тъй като неговата ескалация може да доведе до необратими отрицателни ефекти. Гората винаги е играла ключова роля в развитието на кипърската икономика, като корените ѝ датират от хиляди години. През последните десетилетия природата на Кипър е една от основните причини, допринесли за развитието на туризма и цялостното икономическо развитие на страната. Това изисква защита на горите като част от подход, който включва два елемента:

- i. Защитата на горите, която ще гарантира качеството на живот на хората в Република Кипър, както и на милионите посетители, които очевидно ще търсят невероятни преживявания и ще изследват природата на страната;
- ii. Включването на горите в общите туристически дейности на страната. Това се постига чрез сътрудничество с Департамента по горите на страната и със заместник-министерството на туризма, както и с няколко други заинтересовани страни.

В допълнение, емблематичният за страната полуостров Акамас е защитен от всякакво развитие поради факта, че попада в проекта на ЕС „НАТУРА 2000“, който обхваща „над 18% от сухоземната площ на ЕС и повече от 8% от морската му територия“. Въпреки някои продължаващи конфликти от частни собственици на земя, Кипър остана в границите, определени от конкретния проект, позволявайки на екопътеките и някои други дейности, които попадат в рамките на селския и природния туризъм, да се

развиват, да привлекат повече посетители и да осигурят устойчив растеж и на финансово и екологично ниво, тъй като и двете се считат за взаимосвързани. Един от устойчивите проекти по отношение на горите се отнася до известния „Troodos Geopark Visitor Center“, който обхваща обща площ от 1,147 km² и предоставя възможност на хиляди посетители да допринесат за устойчивото развитие на туризма, съчетано с повишено екологично съзнание.

5. Други общи политики и дейности на Република Кипър за опазване на околната среда за устойчив туризъм

- i. Създаване на екип за управление при кризи и бедствия, съставен от група експерти от професионални и академични области, които създават дългосрочна стратегия и предоставят информация на националните власти;
- ii. Строги разпоредби, които обхващат туристическите операции във връзка с опазването на околната среда, особено в райони, които привличат голям брой посетители и развиват няколко дейности;
- iii. Създаване на звена за противопожарни служби в чувствителни зони като полуостров Акамас, планината Троодос, морските пещери в Протарас и Пафос и няколко други подобни области, които попадат в конкретната категория;
- iv. Сътрудничество с университетите в страната с цел разработване на специфични научни изследвания, които ще допринесат за знанията на професионалистите в туристическата индустрия, които могат да бъдат предадени на гостите;
- v. Строги разпоредби за биоразнообразието, които професионалистите в туризма трябва да следват в голям брой дейности. Това включва дейности в защитени територии, които трябва да се прилагат с участието на туристи;

- vi. Обучение на хора, работещи в селските райони в туристическия сектор относно необходимостта от опазване на околната среда, правни и етични норми, както и икономическото въздействие, било то положително или отрицателно;
- vii. Стриктно управление на водите, което е подобро от скорошното законодателство, което регулира трансформацията на местните власти, за да се гарантира това цялостно управление и разпределение;
- viii. Обучение на млади хора, започвайки от училищата, за да се изгради съзнание, тъй като тези ученици ще бъдат новите професионалисти в сектора на туризма, следователно е необходимо да се създаде бъдеща устойчива динамика в новото поколение;
- ix. Прилагане на разпоредби, свързани с лица с увреждания, които срещат трудности при достъпа до съкровищата на околната среда в Кипър. Все по-голям брой предприятия и организации се движат в тази посока.

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ В ИСПАНИЯ

Този документ има за цел да предостави известна информация за съществуващите политики по отношение на устойчивия туризъм в Испания.

Туризмът е един от най-бързо развиващите се икономически сектори през последните години и се счита за основен участник в създаването на работни места, икономическото развитие, опазването на околната среда и борбата с бедността.

Средно за страните от ОИСР (Организация за икономическо сътрудничество и развитие) туризмът допринася пряко за 4,4% от БВП, 6,9% от заетостта и 21,5% от износа, свързан с услуги, като по този начин допринася за икономическия растеж и развитие в много общества.

Испания е ярък пример за това. Повече от двадесет години е сред първите пет дестинации в света според данни, събрани от Световната организация по туризъм (UNWTO). Туризмът е експортен сектор номер едно в Испания и генерира 13 на всеки 100 работни места в страната.

1. Приносът на туристическия сектор в Испания

Приносът на туристическия сектор към БВП на Испания е 10,9%, според последните официални данни от 2014 г., което представлява 113,690 милиарда евро. Освен това туризмът осигурява работа за 13% от населението на Испания, което надхвърля средното ниво на заетост в сектора в световен мащаб.

Отраслите в туризма с най-много заети работни места са хранително-вкусовата промишленост (50% от всички заети в туризма), други туристически дейности (23,8%), услугите по

настаняване (14,8%) и превоз на пътници (11,4%).

Работните места в сектора на туризма са много разнообразни и понякога служат като врата към пазара на труда, особено за младите хора, които след това могат да развият своята кариера в тази област. Знаем например, че в Испания 8,4% от заетите в сектора са с основно образование, 63,1% със средно образование и 28,5% с висше образование.

В сектора на туризма жените обикновено представляват голям процент от работната сила, а в Испания жените представляват 44,3% от заетостта в сектора. В сферата на настаняване този процент достига 55,5% в сравнение със 17,2% заетост на жените в транспортните услуги.

Една тенденция, която характеризира туризма в Испания в продължение на много години, е неговата сезонност, тъй като Испания е описвана като дестинация на слънце и пясък през лятото за туристите от Северна Европа. Тази сезонност неизбежно оказва влияние върху процента на временната заетост и доходите на местните работници. През последните години бяха предприети стъпки за предлагането на различни услуги с цел да се привлекат туристи през слабия сезон, чрез насърчаване на културен, градски и бизнес туризъм.

Според данни от 2015г. на Световната организация по туризъм, изглежда, че тази стратегия започва да дава плодове предвид ръста на туризма през месеците октомври (10%) и ноември (11%).

От друга страна, нискотарифните авиокомпани и круизите продължават да се разширяват на испанския пазар и следователно изглежда, че туризмът в Испания, както и в останалата част от Европа, ще продължи да расте с малко по-бавни, но стабилни темпове през следващите години.

2. Устойчив туризъм в Испания

В допълнение към социално-икономическото си въздействие туризмът, ако се управлява по устойчив начин, може да бъде фактор за опазване на околната среда, насърчаване на културното оценяване и разбиране сред хората. Ето защо е от съществено значение всички заинтересовани страни, включително компаниите, работещи в сектора, да са наясно както с възможностите, така и с отговорностите си и следователно да могат да действат по съответния начин, така че техните действия да гарантират устойчиво развитие.

В интерес на истината нарастващият брой хора, пътуващи в международен и национален мащаб всяка година, създават натиск по отношение на газови емисии, икономически загуби, управление на ресурсите и въздействие върху местните общности и културното наследство. Следователно положителният принос на туризма за устойчивото развитие и смекчаването на негативните ефекти от сектора изискват решителни действия от всички заинтересовани страни.

Туризмът трябва да играе важна роля, осигурявайки устойчиви решения за хората и планетата. Чрез утвърждаването на тази задача за генериране на благосъстояние, подобряване на живота и опазване на околната среда, секторът вече се разглежда като основен за устойчивото развитие на страните.

От съществено значение е да се насърчава приобщаващ туристически сектор, който осигурява достойни условия на труд за всички, популяризира културата и местните продукти и защитава природните ресурси, като по този начин запазва уникалните атракции на всяка дестинация.

Глобалният договор на ООН Испания играе ключова роля и подкрепя туристическия сектор при установяването на по-устойчив и отговорен бизнес модел, който допринася за реализирането на

целите за устойчиво развитие, които определят Програмата за устойчиво развитие до 2030 г.

Испанските туристически компании поемат ангажимент за отговорен туризъм чрез прилагане на принципите на Глобалния етичен кодекс за туризма на Световната организация по туризъм към ООН и тези на Глобалния договор и по този начин правят разлика в обществото и в сектора.

ЦУР (Цели за устойчиво развитие) представляват възможност за туризъм и изразяват конкретни случаи, които настъпват. Този нов начин на работа, препоръчан от ООН, им позволи да изпитат как комбинирането на усилията на публичния и частния сектор дава по-добър резултат.

Тези усилия идват от много различни институции по отношение на тяхното естество, размер и област на дейност: транспорт, хотелски вериги, туристически агенции, консултантски фирми, образователни институции, туристически технологични и иновационни предприятия и увеселителни паркове. Това е ясен пример за това какво представлява Глобалният договор: субекти с изключително разнообразен характер, които, в съответствие с Обединените нации, се ангажират с договор за устойчиво развитие.

Глобалния договор на ООН в Испания през 2015 г. определи приоритетите на испанския частен сектор за ефективен принос към ЦУР. А туристическият сектор се появява в две важни области. Първо, като източник на благоденствие: „Насърчаване на устойчивия туризъм, промяна на фокуса на сектора с акцент върху отговорните граждани“. И второ, като важна дейност за планетата: „Защита на биоразнообразието като ключов елемент за гарантиране на устойчивостта на ресурсите и приоритетните икономически сектори в Испания чрез отговорен туризъм“. Това са приносите за насочване на текущата и бъдещата работа.

Тъй като Испанската мрежа е пример в рамките на Глобалния договор и като се има предвид важността на туристическия сектор в Испания, съюзът на UNWTO и Глобалния договор се оказва много полезен. Това е пример за други сектори, показващ, че можем да преминем от „без отрицателно въздействие“ към положително въздействие.

През септември 2015 г. мрежата на Глобалния договор на ООН в Испания и Световната организация по туризъм подписаха споразумение за партньорство за ангажиране на компаниите от испанския туристически сектор в инициативи за корпоративна социална отговорност, като ЦУР са основна рамка.

3.Преглед на изпълнението на политиките на ЕС в областта на околната среда

В доклада за EIR (Изпълнение на политиките за околната среда) от 2017 г. основните предизвикателства, идентифицирани по отношение на прилагането на политиката и законодателството на ЕС в областта на околната среда в Испания, са:

- Подобряване управлението на водите, включително завършване на пречистването на градските отпадъчни води;
- Подобряване управлението на отпадъците и развитие на потенциала на кръговата икономика;
- Увеличаване на екологичното данъчно облагане, както и намаляване на вредните за околната среда субсидии.

Докладът на EIR (Изпълнение на политиките за околната среда) за 2019 г. показва, че има известен напредък по отношение на управлението на водите. Повечето от планове за управление на речните басейни (ПУРБ) от втория цикъл, изготвени в съответствие с Рамковата директива за водите (РДВ), бяха приети навреме (с

изключение на седемте ПУРБ на Канарските острови), подобрявайки много аспекти от първите ПУРБ . Испанското правителство също стартира процес през 2017 г. за приемане на „Национален пакт за водата“, който все още е отворен. Въпреки това остават много предизвикателства, включително управлението на водите и необходимостта от отстраняване на пропуските в инвестициите във водата, особено по отношение на отпадъчните води. След решение на Съда на Европейския съюз от 25 юли 2018 г. Испания за първи път получи парични санкции от ЕС за неспазване на Директивата за пречистване на градските отпадъчни води (UWWTD).

В допълнение към точките за отлични постижения, споменати в доклада на EIR за 2017 г., в случая на Испания могат да бъдат изтъкнати други добри практики за екологично прилагане.

Например, на ниво осигуряване съответствие с екологичните изисквания и признаване необходимостта от професионална специализация за ефективно справяне с екологичните престъпления, Испания създаде полицейско звено (SEPRONA – Guardia Civil) за борба с екологичните престъпления и специализиран Орган за екологично преследване. Двете организации вече постигнаха успех в разследването и преследването на организирани екологични престъпления.

4. Стратегически план за Природно наследство и Биоразнообразие

Стратегическият план за природно наследство и биоразнообразие 2011-2017 г. задълбочава и затвърждава концепцията за секторна интеграция като начин за напредък в опазването и устойчивото използване на природните забележителности.

Третата цел на този стратегически план се стреми да насърчи

интегрирането на биоразнообразието в секторните политики и има конкретна цел, посветена на насърчаването на устойчивостта на природния туризъм.

За да се постигне тази цел, са установени редица действия, сред които се откроява разработването на секторен план за туризъм и биоразнообразие поради своя обхват.

Секторният план се фокусира върху засилването на положителните страни, свързани с опазването на биоразнообразието и природния туризъм, като се взема предвид конкурентното предимство, че биоразнообразието на Испания е най-важното в Европейския съюз и че туристическият сектор е един от най-важните по отношение на неговото икономическо въздействие върху националния оборот на Испания.

Природния туризъм е свързан с биоразнообразието, което изисква неговото развитие и популяризиране да обръща специално внимание на дейностите, свързани с екологичната устойчивост и да гарантира съвместимост между използването и наслаждаването на околната среда и нейното подходящо опазване.

При тези обстоятелства целта на този секторен план за природния туризъм и биоразнообразието е да повиши стойността на екологичното разнообразие на Испания, за да насърчи природния туризъм като икономическа дейност, която осигурява заетост, същевременно гарантирайки правилното опазване на природните ценности; с други думи, да се интегрират целите за опазване на биоразнообразието със свързаните с туризма политики и да се направят възможни инвестициите в биоразнообразието, създавайки заетост, икономически растеж и стабилизирайки селското население.

Този секторен план е замислен като рамка за сътрудничество между всички участници, както публични, така и частни, в

природния туризъм и опазването на биоразнообразието.

5. Геймификация в училище

Геймификацията се отнася до използването на динамика, типична за видеоигрите в извънигров контекст, за насърчаване участието на ползвателите, като ги мотивира да извършват определени действия чрез методите на играта като класиране, точки, награди, нива за преодоляване.

Геймификацията може да се използва и в училищата и се насърчава като част от иновативното образование. Това не означава забавление на класа или губене на време с игри, а стимулиране на ученето чрез нови методи на обучение.

Геймификацията кара учениците да учат по-добре, защото имат цели, постижения, към които да се стремят. Геймификацията в обучението включва елементи, базирани на игра, като отбелязване на точки, съревнование между връстници, екипна работа, таблици с резултати, което стимулира ангажираността, помага на учениците да асимилират нова информация и тества знанията. Геймификацията може да се прилага за училищни предмети, но също така да се използва широко в приложения и курсове за самообучение.

Сред различните стратегии, геймификацията привлече интереса на преподавателите, които проучваха нейния потенциал за подобряване обучението на учениците. Една от причините за включването на игрови елементи в образованието е че игрите могат да осигурят социални връзки, да насърчат търсенето на знания, да развият креативност, да подобрят психичното здраве и да намалят изолацията. В интерес на истината е важно учителите също да вземат предвид трудности, с които се сблъскват техните ученици по време на затваряне. Следователно те могат да използват геймификацията за смекчаване на физически и

психологически ограничения, свързани със ситуация на карантина.

В Испания все повече нива на образование - от предучилищно до висше образование - включват ресурси, които комбинират технологии и игри в училищната програма. Разпространението на безплатни приложения както за деца, така и за възрастни на iOS, Android или уебсайтове за всички предмети на всички нива се развива бързо и усилено.

Скорошно проучване на университета в Гранада посочва, че този ресурс е най-използван в университетската среда. Докладът подчертава, че в университета най-ценените предимства на геимификацията са нейната ангажираност, мотивация и опит в ученето, докато в началното образование основните цели са свързани с променливи като академично представяне, съвместна работа или мотивация.

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ В ГЪРЦИЯ

През последните 20 години в Гърция, за разлика от масовия туризъм, се развива някои алтернативни форми, които се характеризират с чувствителност към опазването на природата и културата на даден район. Те включват екотуризмът, един от най-бързо развиващите се сектори на туристическата индустрия.

Това е нова форма на туризъм, чиято основна цел е опазването на околната среда и природните ресурси, но също така запазването и популяризирането на културните характеристики на дадено място. Подобни усилия са положени и в Гърция. Вече е постигнат значителен напредък, особено в областта на изграждането на инфраструктура, като се има предвид, че агротуристическите места за настаняване се оценяват на над 1800.

Проучвайки данните за туристическата активност за 2019 г., която се счита за най-добрата година от туризъм с приходи от 17,7 милиарда и посещения от 31,3 милиона туристи (с изключение на гостите на круизи), се установява, че 56% от посетителите са концентрирани през тримесечието юли-септември, докато 70% от хотелските единици са съсредоточени в 4 области на Гърция (<https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-elliniko-y-tourismoy>). Това означава, че 4 области в Гърция са подложени на огромен туристически натиск в определено време от годината, което оказва своето влияние върху околната среда.

В съвременна Гърция рамката на институциите и термините, свързани с туризма, имат характеристиките на модела на масовия туризъм, без да има ясно разделени понятия и термини на алтернативните форми на туризъм. Докато неяснотата и институционалните пропуски продължават, всяко усилие за развитие на екотуризма ще бъде ограничено, без рамка и спецификации, без работа в мрежа, без консултантска подкрепа, без правна рамка и дългосрочно планиране и винаги ще се състои

в повишаване на осведомеността, информацията и знанията при хора, занимаващи се с екотуризъм. Екотуризмът не може да се измери количествено и статистически. И това е така, защото няма статистика. Данните, свързани с туризма, събрани от Националната статистическа служба не са разграничени между хотели и по-малки места за настаняване, които могат да обслужват екотуристи. Но дори и да имаше ясно разделение, нямаше да има цифри, които биха могли да разделят типичните посетители на „уикендите“ от онези – малкото – които имат екотуристически характер и поведение.

Би било по-подходящо, тъй като не можем да измерим екотуризма, да се видят най-общите индикативни насоки, планове и действия, които са направени за екотуризма.

Екотуризмът в Гърция към момента преминава през преходен етап. Значението му е застрашено поради недоразумения относно съдържанието му, комерсиализацията на предназначението му и липсата на подходяща институционална рамка. Невидимата опасност обаче е липсата на организация.

В следващите параграфи ще се опитаме да представим накратко формите, които екотуризмът има в Гърция, връзката му със сродни форми на туризъм, като агротуризъм или природен туризъм, неговите първи стъпки, текущата ситуация и предизвикателствата, пред които трябва да се изправи.

Гърция е страна, богата на природа и история. Предлага изобилие от светлина, топло и приветливо море, и уникални паметници. Тя не спира да привлича милиони туристи в продължение на много десетилетия.

Положителната страна на това развитие е, че „продажбата“ на продукта „Слънце и море“ от туристическата индустрия донесе огромни икономически ползи за страната и успя да задържи населението в провинцията. Всички тези "милиони" туристи трябва

да нощуват някъде, да се хранят, да си изхвърлят боклука. Големите хотелски вериги, безбройните вили в крайбрежните зони, таверните, пътищата, частните плажове, заведенията за бързо хранене и сметищата започнаха да променят необратимо природната среда, която е основният туристически капитал на страната. Това е така нареченият парадокс на туризма: той унищожава това, което продава като продукт.

Екотуризмът, както беше споменато по-горе, започна да се развива в Гърция през последните двадесет години. Началото на тази посока беше програма на Гръцката туристическа организация, която започна през 80-те години и се отнасяше до възстановяването на исторически сгради, за да бъдат използвани като хостели. Разбира се, тогава нямаше причина за екотуризм, но се превърна в първата стъпка.

След това имаше някои европейски субсидии, които бяха свързани главно с диверсификация, т.е. засилване на дейностите в селския туризм, за да се допълнят приходите от селското стопанство. Агротуризмът също е аспект на екотуризма, ако опазва околната среда. Ето как Agrotouristiki SA беше създадена през 2001 г. (<https://agrotourism.wordpress.com>), кампания на Министерството на развитието на туризма, така наречено по онова време, която предоставяше помощ и съвети на предприемачи, които искаха да правят "агротуризм", включвайки ги в промоционална мрежа и присъждайки им „знак за качество в агротуризма“. Кампанията работи в тясно сътрудничество с местни развиващи се компании и помогна за създаването на повече от 700 бизнеса. За съжаление през 2009 г. кампанията се закри, оставяйки отново делото за агротуризм, а от там и за екотуризм без организация на национално ниво.

Регионалните и местни власти вече са поели управлението, представяйки и рекламирайки „предприятията за екотуризм“ на своя територия, в опит да разнообразят предлагания туристически продукт. Друг аспект на настоящата ситуация е организацията и

управлението на защитените територии.

Твърде много райони в Гърция са поставени под статут на „правна защита“. Националните паркове, Рамсарските влажни зони, зоните от Натура 2000, зоните с уникална природна красота и др., са най-важният природен капитал за подпомагане на екотуристическите дейности. Въпреки това, с изключение на няколко примера, повечето райони нямат местни органи за управление и са недофинансирани с неефективно управление.

Според авторите на това изследване екотуризмът в Гърция към момента преминава през ранна криза. Няма конкретна цел. Европейските фондове вече започват да намаляват, организация на национално или дори на регионално ниво не съществува, има неяснота относно добрите търговски екотуристически практики. Освен това гръцката държава и туристическите предприемачи като цяло изглежда искат да поддържат изключително модела „Слънце и море“ като основа на туристическата политика на страната.

В този момент, поради икономическата и здравна криза, бъдещето на туризма в Гърция изисква предприемането на някои основни стъпки за по-добра организация и качествено развитие на екотуристическия продукт:

1) Създаване и функциониране на специални служби за надзор и популяризиране на национално и международно ниво на нашия екотуристически продукт, обучение и подкрепа на професионалисти в областта

2) Създаване на знак за качество на екотуризма за туристически компании, които стриктно спазват определени критерии

3) Акцент върху развитието на местни екотуристически мрежи от предприемачи, местни власти и управителни органи на защитени територии, за да се използват предимствата на екотуризма на всяка област

4) Укрепване на органите за управление на защитени територии и създаване на нови там, където не съществуват

5) Реструктуриране на националния туристически продукт според автентична и честна оценка на конкурентните предимства на Гърция

6) Създаване на подходяща законодателна рамка за разграничаване и защита на екотуристическите компании, продукти и услуги.

В заключение трябва да подчертаем, че икономическата криза, през която преминаваме, е и предизвикателство да организираме екотуризма така, че да надхвърли възможностите и да бъде стълб за развитие на туризма, предлагайки услуги и стоки, инвестирайки не само в опаковката, но и в съдържанието, не само във външния вид, но и във вкуса, не само в мита, но и в същността, с други думи, в реалния опит.

1. Прилагане на устойчива система за туризъм в Гърция

Според Световната организация по туризъм на ООН - UNWT (<https://www.unwto.org/>), в областта на туризма трябва да се разработят и прилагат подходящи политики, така че да има бъдещ отпечатък от дейността му върху икономическото, социално и екологично развитие. В същото време обаче трябва да се вземат подходящи мерки, за да се отговори на изискванията и нуждите на посетителите и местните общности, както и да се защити околната среда.

Този подход е основата за постигане на устойчиво развитие в туризма, като глобален стратегически избор, който обслужва „17-те цели за постигане на устойчиво развитие“, определени от ООН.

От общо 17 цели, туризмът е директно включен като приоритет в цели 8, 12 и 14 за приобщаващ и устойчив икономически растеж, устойчиво потребление и производство (SCP) и устойчива експлоатация на океаните и морските ресурси. Като страна със силна туристическа индустрия, Гърция трябва да интегрира тези принципи в своите стратегически цели.

Принципите на устойчивост се прилагат към екологичното, икономическото и социално-културното развитие, където подходящият баланс между тези три нива трябва да се намери за всеки отделен случай, за да се постигне желаната дългосрочна устойчивост. Така че, по същество, за да се постигне устойчив туризъм, както в Гърция, така и в международен план, е необходимо:

- Да се положат всякакви усилия с цел използване ресурсите на околната среда по най-добрия начин, тъй като са ключови елементи за развитието на туризма, за опазването на екологичния баланс и природното наследство и биоразнообразието (DNSH принцип).

- Да се защити социокултурната автентичност и уникалност на общностите домакини. В същото време трябва да се предложат подходящи грижи за опазване на културното наследство и традиционните ценности, докато укрепваме межкултурното разбирателство и толерантност.

- Да се гарантира дългосрочната икономическа полза за местните общности, осигуряване на социално-икономически печалба за всички членове. Особено внимание следва да се обърне на справедливото разпределение на тези ползи, включително възможностите за стабилна работа и доход. Предоставянето на адекватни социални услуги на членовете на тези местни общности допълнително допринася за борбата с бедността.

- Да се осигури непрекъсната информация и обучение на всички, ангажирани в туризма. Установяването на модела на устойчив туризъм е непрекъснат процес, който изисква внимателно наблюдение на развитието и внимателна оценка на въздействието, като при необходимост и в подходящ момент се въвеждат подходящи превантивни или коригиращи мерки.

- Да се постигне високо ниво на удовлетвореност на посетителите, повишаване на осведомеността им по проблемите, свързани с устойчивостта, и насърчаване на подходящи туристически практики.

- Защита на биоразнообразието (БИОРАЗНООБРАЗИЕ)

- Предотвратяване на изменението на климата и глобалното затопляне (ИЗМЕНЕНИЕ НА КЛИМАТА)

- Намаляване на употребата на пластмаса (ГЛОБАЛНА ИНИЦИАТИВА СРЕЩУ ПЛАСТМАСА В ТУРИЗМА)

- Приемане на решения за намаляване на потреблението на енергия в хотелските единици (HOTEL ENERGY SOLUTIONS (HES))

- Приемане на инициативата „Една планета“ (ONE PLANET) за устойчиво развитие на туризма до 2030 г.

Устойчивият туризъм е стълб на Програмата на ООН за 2030 г. Постигането на целите на тази програма обаче изисква ясна рамка за изпълнение, адекватно финансиране и инвестиции в различни области на приложение като технологии, инфраструктура и преди всичко човешки ресурси (<https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>). По този начин в световен мащаб туризмът може значително да допринесе за постигането на повече от 17 цели за устойчиво развитие, както е описано по-долу в случая с Гърция.

2. Цел 8: Удовлетворяваща работа и развитие

Туризмът, като една от движещите сили на глобалното икономическо развитие, в момента осигурява 9% от работните места в света, докато в Гърция този процент е 25%. По-конкретно за 2019 г. туризмът е предложил работа на приблизително 900 000 души от общо 3,9 милиона работна ръка.

Чрез осигуряване на достъп до приемливи възможности за работа, обществото като цяло, особено младите хора и жените, могат да се възползват от уменията и професионалното развитие, които могат да придобият в сферата на туризма. В този смисъл ООН си постави за цел „до 2030 г. да разработи и приложи подходящи политики за насърчаване на устойчивия туризъм, който създава работни места и насърчава местната култура и местни продукти“.

3. Цел 12: Отговорна консумация и производство

Секторът на туризма, чрез приемането на практики за устойчиво потребление и производство (SCP), играе важна роля за ускоряване на глобалното преминаване към устойчиви политики. За да се постигне това обаче, е наложително да се разработят и приложат подходящи инструменти за наблюдение на въздействието на устойчивото развитие на туристическия сектор, което от своя страна създава нови работни места и насърчава местната култура и продукти.

4. Цел 14: Морски живот

Крайбрежният и морски туризъм, т.е. най-важните форми на туризъм за Гърция, изискват съществуването и поддържането на стабилни морски екосистеми. Туризмът е неразделна част от интегрираното управление на крайбрежните зони, за да

допринесе на свой ред както за опазването, така и за правилното управление на обикновено крехките морски екосистеми. Туристическият сектор може да насърчи синята икономика в съответствие с принципите на ООН за 2030 г., които имат за цел „устойчиво използване на морските ресурси, включително устойчиво управление на рибарството, аквакултурата и туризма“.

5. Правила и закони за приобщаване на служители в Гърция

Съгласно член 2 от Закон 2643/1998 компании или холдинги, гръцки или чуждестранни, действащи в Гърция под каквато и да е форма, както и техните дъщерни дружества, ако наемат повече от петдесет (50) души, са задължени да наемат „защитени“ лица от Закон 2643/1998, в размер на осем процента (8%) от общия персонал на компанията.

Дружеството или холдингът са длъжни да наемат лицата, които отговарят на условията за приобщаване в този закон.

Освободени от това задължение са компании или холдинги, които показват в своите баланси отрицателен резултат (загуба) през двете (2) години, непосредствено предхождащи годината на обявяването.

Подобно задължение е предвидено и за органите от общественения сектор, като процентът на „защитените лица“ е десет процента (10%).

Както е предвидено в член 5, назначаването на „защитени“ лица се извършва от Комитета съгласно член 9 от Закон 2643/1998 и е задължително за работодателя.

Това назначаване се извършва в зависимост от квалификацията на „защитеното лице“ и състава на персонала, нает във фирмата

или в органа от общественния сектор.

Новобранците са напълно приобщени с останалата част от персонала по отношение на условията на труд, възнагражденията, повишенията и общите условия на труд, без предубеждения относно специалните разпоредби на член 11 от Закон 2643/1998 за прекратяване на трудовото им правоотношение.

Отказът на работодателя да назначи наетия служител – особено когато той отхвърли реално предложените услуги на служителя – изисква да изплати възнаграждение за времето, през което не е нает. Решенията на Комисията могат да се обжалват пред Второстепенната комисия за назначаване, оттегляне или освобождаване на защитени лица. Право на обжалване имат задължени работодатели, защитени лица и всяко трето лице, което има правен интерес (чл. 9).

6. Природосъобразно поведение в туристическия сектор в Гърция

В Гърция възприемането на зелени практики от предприемачите в туристическия сектор, както и популяризирането на местните продукти, въпреки високата цена и необходимостта от обсъждане, са цел за повечето от тях. И все пак, всички компании и техните ръководители са убедени, че опазването на околната среда ще определи жизнеспособността и дълголетието в тази бизнес сфера. Повечето от предприемачите сигнализираха за необходимостта от опазване на околната среда и също така смятат, че туризмът не е вреден за дестинацията, ако има информираност както на предприятията, така и на посетителите. Всички са съгласни, че опазването на околната среда е грижа на всички заинтересовани страни, независимо дали са бизнес или туристи, както и държавата. Поради това насърчаването на устойчивостта на околната среда в

хотелиерската индустрия може да изисква повече партньорства между публичния и частния сектор, инициативи и споделяне на най-добри практики между хотелските компании. Правителството набляга на оценката на въздействието на околната среда върху предлаганото хотелско развитие, а Новата стратегия за хотелско развитие, която препоръчва хотелиерите да се придържат стриктно към насоките за предотвратяване на замърсяването вероятно е допринесла за повишената загриженост на хотелиерите за околната среда. Настоящото изследване показва високи нива на съгласие с твърдения като: „Правителството и хотелиерите трябва да насърчават по-интегративен подход към управлението на качеството на околната среда“ и „Правителството и хотелиерите трябва допълнително да обединят усилията си за опазване на околната среда“.

Те вярваха в необходимостта от екологична политика в туризма, тъй като околната среда оказва решаващо влияние върху жизнеспособността на туристическите дестинации и бизнеса. Те не отрекоха, че краткосрочното преследване на печалба понякога вреди на опазването на околната среда. Опазването на околната среда обаче е предпоставка за дългосрочното оцеляване на бизнеса, което спомага за повишаване на удовлетвореността на туристите и по този начин гарантира благосъстоянието на бизнеса.

7. Геймификация в училище

В Гърция има голям интерес от страна на учителите към геймификацията, защото ако се използва правилно, ще има положителни резултати за учениците. Особено по-младите учители са по-склонни да променят и адаптират методите, които прилагат в преподаването, и да добавят техники за игра, за да имат по-добри резултати. Освен това те са по-запознати с технологиите и тяхното развитие и е по-естествено да ги използват в класната стая.

Един от най-големите проблеми, с които учителите изглежда се сблъскват по отношение на използването на игрови техники, е, че няма подходяща рамка от Министерството на образованието. Министерството на образованието изобщо не се занимава с този въпрос и има само няколко указания на подобни техники в инструкциите, дадени на учителите. Следователно няма адекватни ресурси и средства за използване на играта в образованието.

Преподавателят може да организира част от урока, но също така е длъжен да следва инструкциите, определени от министерството. Той може да използва някои техники, но не може да прави промени, които се противопоставят на инструкциите на министерството. Освен това, много от медиите не са безплатни и, разбира се, учителят не е длъжен да плаща абонаментите, необходими за използване.

Тази грижа спада към разходите за образование. Това, което можем спокойно да заключим, е, че образователното ниво на гръцките учители е доста високо и повечето имат познания по геймификация. Повечето са използвали и все още използват техники за игра и вярват, че те могат да имат положителен ефект върху учениците. Ограниченията при използването му идват по-скоро от липсата на подходяща инфраструктура.

Източници

- TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM, Volume 14, Number 1, pp. 212-235
- OECD Territorial Reviews Regional Policy for Greece Post-2020, October 2020
- Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities,

United Nations, World Tourism Organization, September 2020

- The Future of Work and Skills Development in Tourism United Nations World, Tourism Organization, 2019
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, August/September 2020
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, October 2020
- Greece2020 Annual Research: Key Highlights, World Travel Tourism Council, March 2020
- Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, October2018
- Evaluating socio-economic programmes. Principal evaluation techniques and tools, MEANS-collection, Vol. 3., European Communities, Luxembourg, European Commission, 1999
- Environmental management of a tourist destination - A factor of tourism competitiveness, Tanja Mihalic, Tourism Management 21 (2000) 65 – 78
- Current Trends and Prospects of Tourism Educationand Training in Greece, Polyxeni
- Moira, Dimitrios Mylonopoulos, StavroulaKefala, RivistaPiccola Impresa/Small Business - n. 1, anno 2019
- International tourism and climatechange, Daniel Scott, Stefan Gossling and C. Michael Hall, WIREs Clim Change 2012
- Management Models of Tourism Industry: The Case of Greece, Georgia Papadopoulou, Open Science Journal – April 2020

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ В РУМЪНИЯ

Този документ има за цел да представи насоки и преглед на научните изследвания и съществуващите политики в Румъния. Въз основа на анализа от преглеждането на статии, насоките синтезират теоретичните изследвания за това как концепцията за устойчив туризъм и нейното значение се появява и развива в Румъния, системата на хотелиерството, правилата и съществуващото законодателство за приобщаване на служители с увреждания, екологично поведение в туристическата индустрия, екотуризма и какво трябва да направят училищата и гимназиите по туризъм, за да подготвят добре квалифицирани кадри за този пазар на труда.

Информацията се основава на различни начини на изследване, които са съсредоточени върху проучвания, проведени главно в сферата на хотелиерството (интервюта, учебни казуси, срещи лице в лице със служители и работодатели в туризма)

1. Настоящо състояние на туризма в Румъния

„За разлика от други страни от Източна Европа, Румъния разполага с богати и разнообразни природни туристически ресурси, което ни дава по-голяма предпоставка за туризъм. Този ценен туристически потенциал се вижда в хармонично съчетаните невероятни релефи и живописни пейзажи, и много традиции, които все още са запазени непроменени. Въпреки това, природния и антропоичен туризъм, който носи потенциал за приходи и разнообразие, дори и концентриран в сравнително малка площ, досега не е успял да превърне туристическата индустрия в основен източник на икономически растеж и цялостно развитие. По отношение на международния туристически интерес, Румъния е призната за богата на природни ресурси, но некачествени услуги и

инфраструктура, което ни поставя на второ място в сравнение с нашите унгарски съседи, които нямат нашето богатство, но надхвърлят по брой чуждестранни туристи годишно“.

Устойчивият туризъм стана важна тема, тъй като броят на туристите се увеличи и техните действия започнаха да влияят на местата, които посещават. Големият брой пътуващи на едно място оказват влияние върху живота на жителите там и върху цялата околна среда. Въпреки че туризмът е важен начин за повишаване на икономиката на даден район, лошото управление може да създаде дисбаланси.

2. Устойчив туризъм: значение

Устойчивият туризъм създава баланс между екологичните, икономическите и социално-културните аспекти на развитието на туризма. Той уважава и подкрепя местните общности, грижи се за околната среда и природата, предлагайки на пътуващите преживяване, а не просто посещение. Това е единственият начин да се уверим, че се наслаждаваме на красивите места в този свят и също така позволяваме на нашите деца да им се наслаждават.

Устойчивият туризъм в Румъния не беше фокус доскоро, но всяка година той става все по-известен по света и някои места започнаха да привличат многобройни туристи (замъкът Бран, пътят Трансфегарашан, например).

3. Основни насоки за подкрепа на устойчивия туризъм в Румъния

1. Фокусиране върху преживяванията – първата стъпка в устойчивия туризъм е разбирането на мястото, което посещавате.

2. Когато посетите атракция, не е важно само това, което виждате. Истории за тази атракция, подробности за хората, които са живели там и интересни, тайни факти за нея превръщат едно просто посещение в истинско преживяване.
3. Нашите пътешественици се наслаждават не само на основните атракции в Румъния, но също така са изпитали местния живот, традиционната храна, за да оценят по-добре Румъния. Почивка с преживявания е почивка, пълна със спомени
4. Работа с местни доставчици (настаняване, транспорт и ресторанти, срещи с местни жители, дегустация на домашно приготвена храна, хляб, вино)
5. Основна промяна, която Румъния направи през 2018 г.
6. Безопасност на пътуващите, според времето, местните събития.
7. Уважение към местните традиции и околната среда
8. Хората все повече се интересуват какво означава местно, автентично, въпреки факта глобализация, риска от загуба на автентичния елемент, унищожаването спецификата на местата. Най-голямото предизвикателство е да се съчетае любопитството на туристите с нуждата на местните от пространство.
9. Подготовка на професионални кадри в областта на туризма (ориентирани към клиента, умения за решаване на проблеми, според международните стандарти за качество, нови методи на преподаване и учене в училищата и гимназиите по туризъм)
10. Интегриране на хората с увреждания, както туристи, така

и служители в този бранш

В резултат на анкета, приложена към служители в туризма - барман, управител на хотел, сервитьор, управител на ресторант, готвач, се установи следното:

- Екотуризъм, устойчиво развитие, зелена храна и рециклиране: В Румъния има закони, които предвиждат спазването на тези аспекти и работодателите могат да бъдат санкционирани, ако не ги спазват;
- Коректна и ясна информация, инструкции, надзор и обучение за всички служители;
- Персоналът се информира, но само теоретично, опростена информация на работни срещи с подписване на присъствен протокол;
- Няма практически курсове, няма конкретни действия, ориентирани към това какво трябва да се направи за видими и измерими резултати;
- Като цяло само мениджъри или старши персонал се възползват от тези курсове, комуникацията между служителите и ръководството не е прозрачна или изобщо не съществува;
- Има екип за спешни случаи, готов да действа при планирани случаи на извънредни ситуации (напр. пожар, наводнение, земетресение, замърсяване на околната среда). Те провеждат превантивни здравни мерки с цел осигуряване на максимална безопасност и сигурност;
- Те надграждат и подобряват нашите методи на работа, за да елиминират възможни злоупотреки и наранявания.

4. Назначаване на хора с увреждания

Член 74 от Закон №. 448/2006 предвижда, че хората с увреждания имат право да им бъдат осигурени необходимите условия за упражняване на тяхната професия или занятие, да запазят работата си и равни възможности за професионално развитие. Заетостта се основава на професионалното обучение на всяко лице, а доказателството за увреждане се установява от комисиите за оценка на областно ниво или в един от секторите на Букурещ.

5. Правна рамка

Работата на хората с увреждания се регулира от Закон № 76/2002 и Закон №. 448/2006, актуализиран през 2019 г. Съгласно тези закони, всеки има право на работа в зависимост от професионалното си обучение и степента на увреждане и работодателят трябва да уважава същото като останалите служители. Освен това в актуализирания 448/2006 се споменава, че условията и правата се ползват от млади и възрастни хора с увреждания, румънски граждани, държави-членки на ЕС или държави извън ЕС през периода, когато те имат, съгласно действащото законодателство, местоживееие или пребиваване в Румъния. При постъпване на работа професионалната правоспособност се удостоверява с платен изпит за работа, който е с продължителност най-малко 45 работни дни, съгласно чл. 84 от Закон 448/2006, актуализиран през 2019 г.

6. Институции, задължени да назначат хора с увреждания

Като цяло публичните органи и институции, юридически, публични или частни лица с най-малко 50 служители са длъжни по закон да наемат хора с увреждания, равен на най-малко 4% от общия брой служители.

Задължения на работодателя - Фирми или институции, които не наемат хора с увреждания, могат да изберат една от следните алтернативи:

- Месечно плащане към държавния бюджет на сума, равняваща се на 50% от минималната брутна заплата на ниво държава, умножена по броя на работните места, които не са заети от хора с увреждания;
- Закупуване на продукти или услуги, извършени от оторизирани защитени звена в размер, еквивалентен на дължимата сума в държавния бюджет.

Но в действителност все по-малко хора наистина знаят правата си и начина, по който да ги прилагат. Законът съществува, но хората с увреждания все още се избягват, за да не се създават усложнения.

7. Геймификация в училище

Ученето чрез ролеви игри, обучение, ориентирано към клиента, и решаване на проблеми за работниците в туризма също е аспект, към който е насочен нашият проект.

След интервюта с учители, обучители, мениджъри на хотели относно персонала и бъдещите служители в туристическата индустрия, настоящи студенти, те заявиха следното:

- Завършилите училища по туризъм трябва да развият умения за общуване и решаване на конкретни проблеми, с които се

сблъскват ежедневно;

- Те са добре подготвени на теоретично ниво, но им е много трудно да вземат решение или да действат според изискванията на клиента; необходимо е обучение по проблемите в ежедневието, ориентиране към клиента и решаване на казуси като основа на подготовката на бъдещия работник в туризма;

- 80 % от учениците на Гимназията по туризъм в Калиманещи стажуват в хотелите и къщите за гости на курорта. През летния сезон над 16-годишните са с 6-часова заетост.

- Ученето чрез игри, роли, симулация, решаване на проблеми е задължително в училищата по туризъм; освен това комуникацията на чужди езици е с международно значение .

Това са основните причини за създаването на ново адаптирано ръководство по туризъм за училищата по туризъм. Това е постоянно развиващ се, конкурентен икономически сектор. Учителите и обучителите трябва да са в крак с най-новите методи за обучение на бъдещи служители, да използват онлайн платформи за обучение, да предвиждат изискванията и да предлагат устойчиви решения.

ПРЕГЛЕД НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ ПОЛИТИКИ В ТУРЦИЯ

1. Въведение

Туризмът е един от основните сектори в света и неговата устойчивост зависи главно от развитието и опазването на туристическите ресурси. Днес секторът на туризма е станал по-екологично осъзнат в резултат на нарастващото екологично съзнание и усилията за опазване на околната среда. Освен това екологичните проблеми повишиха осведомеността сред туристите. За развитието и устойчивостта на туризма, заинтересованите страни трябва да вземат предвид тази промяна. Поради разрушителните ефекти на масовия туризъм се появиха нови видове туризъм. Тези нови видове туризъм се наричат алтернативен туризъм, включително екотуризмът, туризъм сред природата. Екотуризмът е сравнително нов термин. След определянето на „критериите за устойчива земя и околна среда“ на Срещата на върха за Земята в Рио (Конференцията на ООН за околната среда и развитието), която се проведе през 1992 г., тези критерии бяха приложени към туристическата индустрия. Основната идея на тази концепция е извличането на полза от ресурсите, без да се разрушава местната култура. Терминът екотуризм стана известен и общата дефиниция беше приета по време на „Световната среща на върха за екотуризма“, която се проведе в град Квебек, Канада, през май 2002 г., с присъствието на 1100 делегати от 133 страни. Екотуризмът е; „Подход или отношение, което гарантира устойчивостта на природните ресурси на земята, като същевременно подкрепя финансовото развитие на местните общности и се грижи за тяхната културна и социална цялост“. Принципите, приети от страните, са следните:

- Разработване на политики и планиране на екотуризма;

- Разработване на принципи за екотуризъм;
- Разработване, маркетинг и рекламиране на екотуристически продукти;
- Плюсовете и минусите (както финансови, така и емоционални) на екотуризма.

Екотуризмът и устойчивият туризъм в Турция за първи път бяха поставени на дневен ред с 8-ия петгодишен план за развитие (2001-2005 г.). Природните богатства на Турция са основните туристически атракции за страната. Може да се каже, че природата и околната среда представляват основен интерес в планирането на пътуване на хората и също са незаменими активи на туристическата индустрия (Usta, 2001). Турция има богат и разнообразен потенциал за туризъм със своите природни и културни ресурси. Турция може да приеме различни видове туристи благодарение на своето историческо и културно разнообразие, различни климатични характеристики и възможността за извършване на различни видове туризъм (Arslan, 2003; Aslan, 2005; Demir and Çevirgen 2006; Akşit 2007).

Основната цел на това проучване е да разгледа научните изследвания върху екотуризма в Турция по години и региони, както и да представи обществената осведоменост и отношение в Турция.

2. Научни изследвания върху екотуризма в Турция

Турция има богато културно наследство, флора и фауна, геоложки образувания, реки и езера. Поради тази причина бяха проведени голям брой проучвания в географски региони на Турция. Фигура 1 показва разпределението на научните изследвания, проведени за екотуризма между 1991 и 2017 г. по

региони.

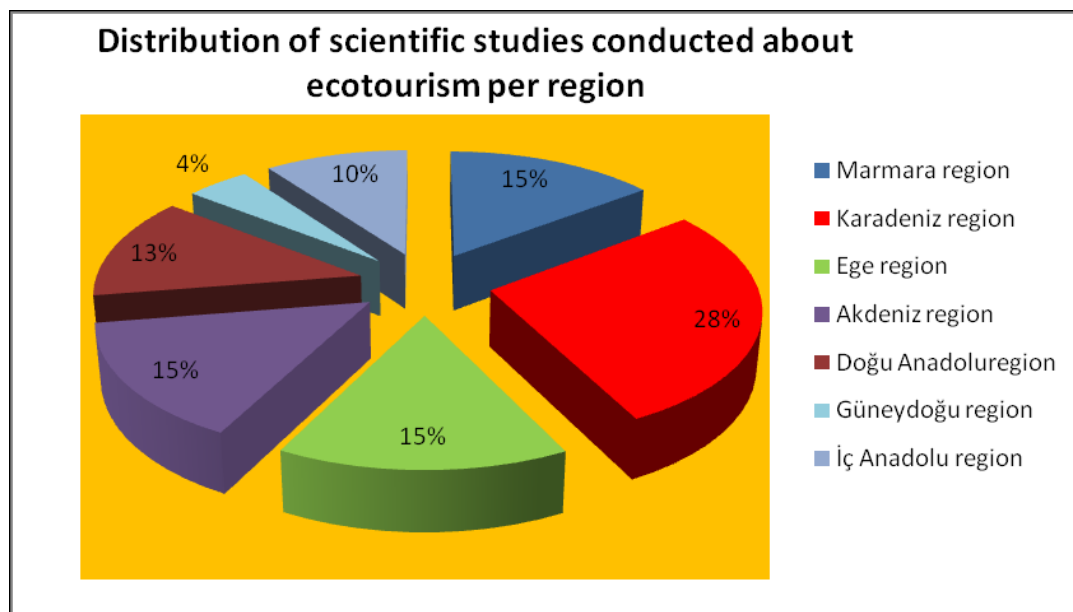


Figure 1. Distribution of Scientific Studies Conducted on Ecotourism per Region (%).

Както се вижда на фигура 1; Черноморският регион (28%) е лидер по публикувани научни изследвания. Богатият екотуристически потенциал на региона като долини, пещери, каньони, реки, исторически ресурси, птици и биоразнообразие увеличава броя на изследванията. Средиземноморският регион (80 научни статии), регионът на Мармара (79 научни статии) и регионът на Егейско море (81 научни статии) имат подобни нива (15%). Регионът Югоизточен Анадол (4%) има най-малък процент след регион Източен Анадол (13%) и Регион Централен Анадол (10%).

3. Проучвания върху екотуризма проведени в Турция по градове

Когато проучванията, проведени по градове между 1991 г. и 2017 г., бяха анализирани, се видя, че е постигнат значителен напредък в Балъкесир (Егейски регион) и в Бартин (Черноморски регион) (вижте Фигура 2).

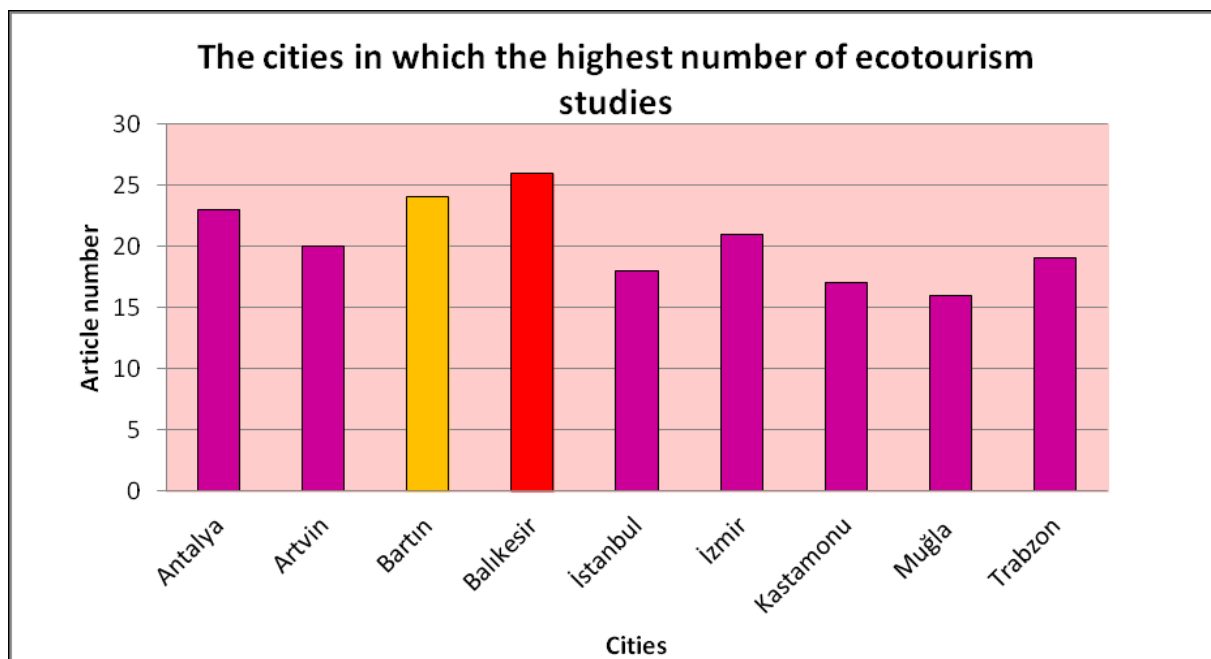


Figure 2. Distribution of Ecotourism Studies per cities

Фигура 2 показва градовете с най-голям брой научни изследвания. Балъкесир води с 26 научни статии, докато Кастамону го следва със 17 статии. Следователно, може да се каже, че научната осведоменост е висока в тези два града. Фигура 3 показва някои средно мащабни проучвания за екотуризъм по градове. Айдын с 13 научни изследвания, Ризе с 12 научни изследвания, Коня с 9 научни изследвания и Елазъг със 7 научни изследвания, са сред тези градове.

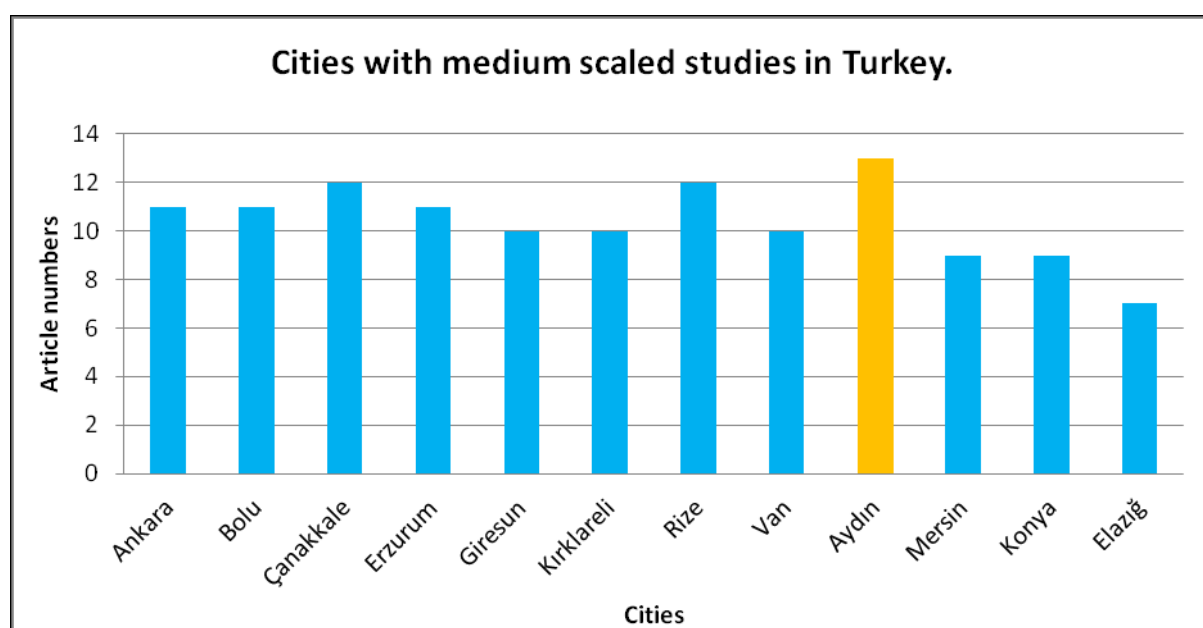
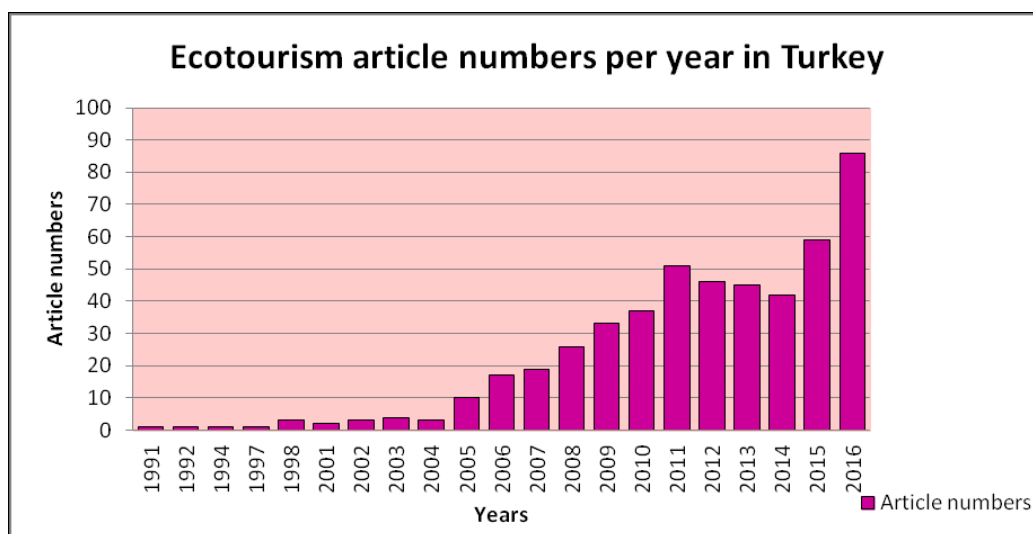


Figure 3. Medium Scaled Ecotourism Studies per Cities in Turkey.

4. Проучвания по години

Екотуризмът придобива значение от 90-те години на миналия век. Информираността за екотуризма в Турция постепенно започна постепенно да нараства от 8-ия петгодишен план за развитие. С изключение на годините 2012, 2013 и 2014, броят на проучванията се е увеличил. Особено през 2015 г. (59 научни статии) и през 2016 г. (86 научни статии).



5. Дипломни работи, регистрирани от Съвета за Висше Образование (YÖK)

Данни, получени от уебсайта на Съвета по висше образование, бяха анализирани и бяха открити дипломни работи по факултети, по години и по вид на дипломните работи.

6. Разпределение на дипломни работи по катедри, регистрирани от Съвета за Висше Образование (YÖK)

Когато се изследват проучванията за екотуризм, се вижда, че повечето от дипломните работи се провеждат в катедрата по

ландшафтна архитектура (33%), следвана от катедрата по управление на туризма (22%) и катедрата по география (18%). Отделите с най-ниска ставка (1%) са публична администрация, социология, морска наука, бизнес администрация, градско и регионално планиране (вижте фигура 5).

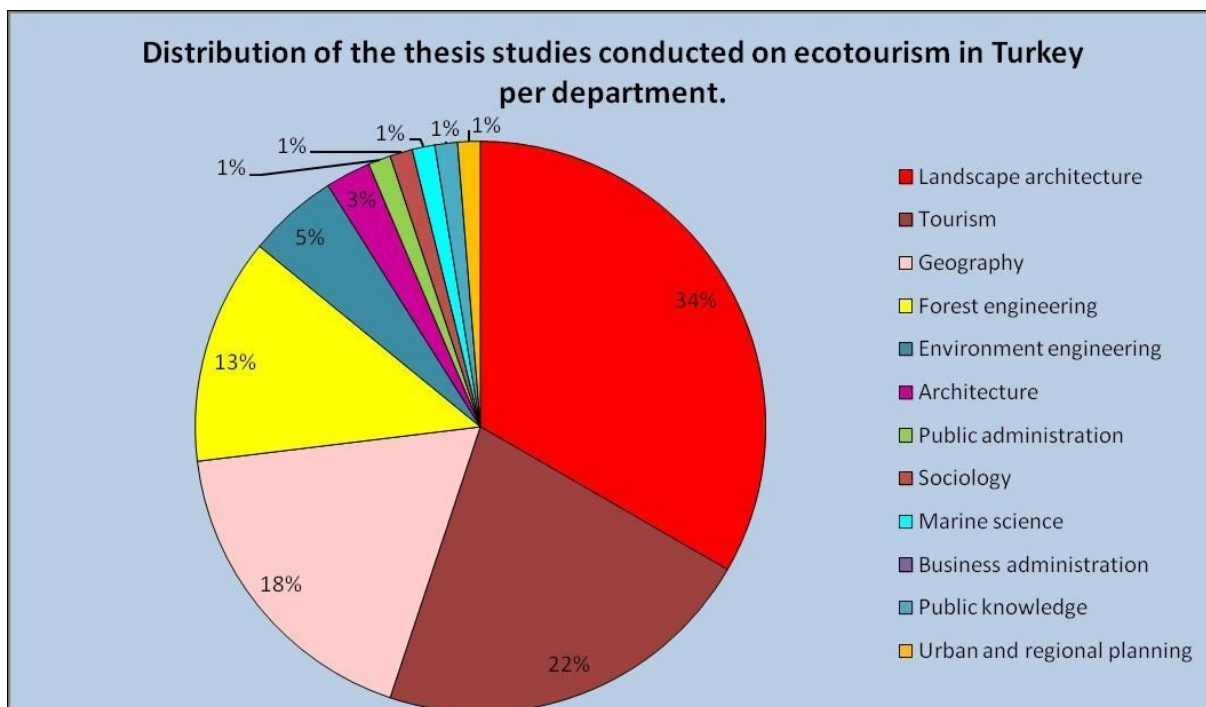


Figure 5. Distribution of The Theses on Ecotourism per Department

7. Заключение

Екотуризмът е развиващ се сектор в Турция. Тъй като хората се интересуват все повече от посещения на нови места и искат да имат нови преживявания, пътуванията до природни местности и броят на екотуристите се увеличават. Това проучване показва, че общественото съзнание по отношение на устойчивостта, устойчивото развитие и екотуризма е придобило по-голямо значение, затова броят на компетентните проучвания за екотуризм в Турция се е увеличил през последните години. Областите с висок потенциал за екотуризм бяха определени като зони за екотуризм в Туристическата стратегия на Турция за 2023 г. от Министерството на културата и туризма и бяха положени някои усилия за запазване на тези зони и постигане на устойчивост на туризма. Полагат се усилия за запазване на природните красоти,

развиване на културно съзнание, защита на ресурсите от възможно унищожаване и придаване на по-голямо значение на носещия капацитет в уязвимите райони. Безотговорните туристи и непланираните екотуристически дейности ще нанесат щети върху биоразнообразието и ще развалят природните и културни ресурси. Освен това неконтролираните екотуристически дейности имат отрицателно въздействие върху природата, природния живот, местните хора и местната/националната икономика. Тези отрицателни ефекти могат да бъдат обобщени както следва (Erdoğan and Yağcı, 2011):

- Влошаване на околната среда;
- Възможни негативни социални и културни ефекти;
- Нови възможности за работа за местните хора, които имат много малък ефект върху финансовото им благосъстояние;
- Сезонните работни места засягат традиционния начин на живот. Има риск от унищожаване или маргинализация на местната икономика от интензивни екотуристически дейности и трансформация в сезонна икономика, тъй като местните хора се фокусират върху това да бъдат работници, да правят занаяти, да продават местни продукти и т.н.

Когато научните изследвания върху екотуризма се анализират по години, се вижда, че най-голям брой проучвания са проведени през 2016 г. Следователно може да се заключи, че академичния стимул за стипендия, предоставен от Съвета за висше образование през периода 2015-2016 г., е допринесъл значително в научните изследвания. Изследванията върху екотуризма се съсредоточават най-вече върху устойчивото използване на ресурсите, прекомерното използване на ресурсите, намаляване на количеството отпадъци, запазване на биоразнообразието, подкрепа на местните икономики и местни общности, екологично образование, сътрудничество между заинтересованите страни в

туризма и повишаване на обществената осведоменост.

Източници

- Akşit S. (2007). Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Say 23, Yıl: 2007/2, 441-460.
- Arslan, Y. (2003). Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 33.
- Arslan Y. (2005). Erdek Ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(13): 29-53.
- Demir C., Çevirgen, (2006a). Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı. ISBN: 975-591-845-0, 188 S, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Demir, C., Çevirgen, A. (2006b). Ekoturizm yönetimi., Nobel yayın dağıtım: Ankara.
- Erdoğan, N., Yağcı, Ö., (2011). Sürdürülebilirlik Bağlamında Ekoturizmin Sosyal, Ekonomik Ve Çevresel Etkiler Bakımından Değerlendirilmesi.



1. Как да насърчим екологичния туризъм

Communauté de communes du Sud-Corse

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Насърчаването на екотуристическите практики в хотелския и ресторантьорския сектор не е лесно. Наистина, хотелският бранш е сектор, който по своята същност произвежда замърсяване, както шумово, така и визуално и екологично.

И така, какви решения са на разположение за ограничаване на въздействието на хотелиерството и ресторантьорството върху околната среда?

За щастие има все повече решения и много компании в сектора вече се насочват към еко-отговорни решения, за да ограничат негативното въздействие, което оказват на територията си.

За съжаление хотелиерството и ресторантьорството като цяло са стабилна система, която работи по един и същи начин от много години. Далеч от Grand Tour, където заможни млади хора посетиха Европа, хотелиерският сектор постепенно се отваря за масовия туризъм, който се заражда в следвоенните години, по-специално с появата на платените почивки.

Въпреки че масовият туризъм има негативно влияние (Венеция, Барселона и т.н.), той осигурява прехраната на много хотелиери от десетилетия. Следователно тези хотелиери трябваше да адаптират своите структури към туристическата „индустрия“.



Масов туризъм на Piazza San Marco, Venezia

Желанието да се реализира печалба на всяка цена, да се направят хотелските структури възможно най-рентабилни, накара професионалистите в туризма да пренебрегнат околната среда и еко-отговорния аспект, който е твърде скъп и несъвместим с "масовото" управление.

2. КАКВО Е ЕКОТУРИЗЪМ?

Въпреки че всички са съгласни, че масовият туризъм е остаряла система, която е изживяла времето си, все още не е толкова ясно какво е екотуризма. Дефиницията, предложена от Ceballos-Lascurain (1987), е може би най-подходящата: „форма на туризъм, която се състои в посещение на относително непокътнати или изобщо непокътнати природни зони, с цел изучаване и

наслаждаване на пейзажа и дивите растения и животни в тези местности, както и всички културни дейности (минали и настоящи), които могат да се наблюдават в тези райони.

Както бе споменато по-рано, туризмът по естество е замърсяващ и неекологичносьобразен бизнес. Ситуацията обаче е с тенденция да се развива, за което свидетелстват стратегиите, използвани от правителствата.

Наистина, след публикуването на доклада Bruntland през 1987 г. и организирането на Срещите на върха за Земята в Рио, концепцията за „устойчиво развитие“ мобилизира много страни, от най-богатите до най-бедните.

Въпреки това, подобно на термина екотуризм, терминът устойчиво развитие е доста неясен и остава неформулиран.



*1992, Earth Summit in Rio de Janeiro, Brazil
© Droits réservés, Mount Holyoke College*

"Много изследователи са запалени по тази нова парадигма и се опитват да намерят решения, които съчетават защитата на екосистемите със социално-икономическото развитие. Въпреки че идеята за устойчиво развитие е широко приета, прилагането ѝ е различно в различните страни и предизвиква силна съпротива от учени, компании и дори от страна на широката общественост.

Един от основните проблеми, присъщи на глобалните стратегии, е, че е трудно (ако не и невъзможно) да се хармонизира изпълнението им и да се адаптират към всички държави от ООН.

Въпреки трудността да се установи обща стратегия за всички страни, през 2006 г. Програмата на ООН за околната среда и Световната организация за околна среда създадоха Програма за развитие на устойчив туризъм, заявявайки, че всеки бъдещ проект трябва да се ръководи от нея и да вземе предвид следните дванадесет цели за устойчив туризъм:

1. Икономическа жизнеспособност

Да се гарантира жизнеспособността и конкурентоспособността на туристическите дестинации и предприятия, така че те да могат да продължат да просперират и да генерират дългосрочни ползи.

2. Местно благополучие

Да се увеличи максимално приносът на туризма за икономическия просперитет на приемащата дестинация и по-специално процента на разходите за туризъм, които са в полза на местната общност.

3. Качество на работа

Да се увеличи броят и качеството на местните работни места, създадени и поддържани от туризма, включително ниво на заплащане, условия на труд и равни възможности за заетост, без дискриминация на основата на пол, раса, увреждане или други.

4. Социално равенство

Стремех към толерантно и справедливо разпределение на икономическите и социалните ползи от туризма в цялата общност бенефициент, включително подобрени възможности за заетост, доходи и услуги за най-бедните.

5. Удовлетвореност на посетителите

Да се осигурят безопасни, удовлетворяващи и полезни дейности за всички посетители, без дискриминация въз основа на пол, раса, увреждане или други признаци.

6. Местен контрол

Да се включат и упълномощат местните общности в планирането и вземането на решения относно управлението и бъдещото развитие на туризма в техния район, като се консултират и с други заинтересовани страни.

7.Благосъстояние на общността

Поддържане и подобряване на качеството на живот на местните общности, включително социални структури и достъп до ресурси, обществени услуги и животоподдържащи системи, като се избягва всякаква форма на социална деградация или експлоатация.

8. Културно богатство

Уважение и насърчаване към историческото наследство, автентичната култура, традициите и особеностите на приемащите общности.

9. Физическа цялост

Поддържане и подобряване качеството на ландшафта, както градски, така и селски, и избягване на всякаква физическа и

визуална щета на околната среда.

10. Биологично разнообразие

Насърчаване опазването на природни зони, хабитати, диви животни и растения и намаляване щетите върху тях.

11. Ресурсна ефективност

Да се сведе до минимум използването на оскъдни и невъзобновяеми ресурси при развитието и функционирането на туристическата инфраструктура и услуги.

12. Екологична чистота

Да се сведе до минимум замърсяването на въздуха, водата и почвата и генерирането на отпадъци от туристическите предприятия и посетителите (Източник: Доклад на Програмата на ООН за околната среда (UNEP).

Тази програма служи като насока за всички страни, които желаят да предприемат процедури към екологичен преход в туризма. Всяка стратегия трябва да вземе предвид тези 12 предложения.

3. ЕКОТУРИЗМА НА ПРАКТИКА

Сега, след като видяхме определенията за екотуризъм и устойчиво развитие на туризма, трябва да дефинираме как екотуризмът се прилага на практика. Как един бизнес става „екотуризъм“? Какви са доказателствата за екотуризъм? Има ли етикети, удостоверяващи добра практика?

3.1. Европейската екомаркировка: свидетелство за добра европейска практика

Европейската екомаркировка е строг етикет, насочен към възнаграждаване на компании, които възприемат екологично отговорни практики. Етикетът има специализирана категория за туризъм, сертифицирана от AFNOR (Организация за стандартизация) във Франция.

Според уебсайта им, предприятията, кандидатстващи за етикета, ще бъдат оценявани по следните точки:

- Общо управление: управление на околната среда, обучение на персонала, информиране на клиенти, поддръжка на уреди и отоплителни съоръжения, мониторинг на потреблението
- Намаляване на потреблението на енергия: доставка на възобновяема електроенергия, отопление, осветление
- Намаляване на потреблението на вода: санитарни възли, почистване на бельо
- Намаляване и сортиране на отпадъци и отпадни води
- Други критерии: насърчаване на екологичния транспорт, информация за европейската екомаркировка и др.

Европейската екомаркировка е призната в цяла Европа и е отлична основа за компании, които желаят официално да утвърдят своята стратегия за екотуризъм.

Присъждането на екомаркировка се извършва в 7 стъпки (8, ако броим фазата на запознаване с критериите). Процесът на кандидатстване е както следва:

- Предварително кандидатстване: Критерии за екомаркировката на ЕС
- Стъпка 1: Свързване с компетентен орган
- Стъпка 2: Регистриране на своите стоки или услуги в онлайн каталога за екомаркировка на ЕС (ECAT) или в каталога за туристическо настаняване с екомаркировка на ЕС
- Стъпка 3: Създаване на досие на вашето приложение със стоки
- Step 4: Предаване на заявлението и плащане на таксата
- Стъпка 5: Оценка
- Стъпка 6: Одобрение на заявлението и издаване на лиценз
- Стъпка 7: Рекламирање на вашите стоки и услуги с екомаркировка на ЕС и услуги.



4. ПРИМЕРИ ЗА ДОБРИ ПРАКТИКИ

Европейската екомаркировка представлява добра основа за валидиране на екотуристически подход. Но за да получи този етикет, кандидатът трябва да е предприел еко-отговорен подход.

Тази глава има за цел да предостави на професионалистите в хотелиерския сектор примери за добри практики, които ще им позволят да започнат екологичния преход на заведението.

1. Управление на отпадъците

Управлението на отпадъците в сектора на хотелиерството е област, която лесно може да бъде подобрена с настоящите правителствени средства за управление и разделяне на отпадъците. Всяка компания, която желае да започне процес на екологичен преход, трябва да вземе предвид управлението на своите отпадъци.

Управлението на отпадъци се извършва в две фази:

- **Използване на продукти, които генерират по-малко отпадъци или генерират "по-добри" отпадъци.** На това ниво предложенията, направени от Световната фондация за дивата природа (WWF), изглеждат много подходящи.
- **Предпочитание към продукти с възможно най-малко опаковки:** при пазаруване, да се предпочитат големи контейнери или насипни продукти, например.
- **Използване на рециклируеми или многократно използвани опаковки:** собствениците на магазини нямат право да предлагат безплатни найлонови торбички на своите клиенти (с изключение на насипните хранителни продукти). Вниманието трябва да се обърне на така наречените биоразградими или разкъсващи се торбички: тяхното химическо въздействие върху почвата е такова, че е по-добре да се използва торбичка за многократно употреба.
- **Да не се купува бутилирана вода:** пластмасовите бутилки

представяват значителна част от битовите отпадъци. Водата от чешмата е с отлично качество, а на пазара се предлагат и устройства за филтриране;

- **Избор на дълготрайни продукти за многократна употреба:** инвестиране в качествено оборудване, което ще издържи дълго време. Избягване на продукти за еднократна употреба – кърпички, пластмасови или картонени чинии – и закупуване на пълнители или концентрирани продукти, вместо отново целия продукт (пълнители за касети с мастило, почистващи продукти и т.н.).



Рециклируеми дървени прибори

- **Правилно управление на генерираните отпадъци**

Ако е невъзможно да се избегне образуването на отпадъци, важно е да се знае как да се справим правилно с тях. Разделянето на отпадъците е изпитана система, която сега става ефективна в цяла Европа.

Вярно е, че понякога е трудно да управляваме и сортираме отпадъците. Прилагането на сортиране изисква инвестиция в материали, време и пространство според най-новите методи. В резултат преминаваме от система за събиране, която е насочена към изчезване на отпадъците (Deleuil, 2002), към системи, които насърчават използването на отпадъците в кухнята чрез сортиране. Тази коренна промяна в употребата изисква продължителни усилия и промяна в поведението на хората. А наблюдение на тези, които не приемат сортирането, би позволило да се определи дали те са в несъгласие с признаване на нормата (David-Jougneau, 1989), или показват безразличие, в който случай установяването на поведението ще помогне за определяне на социални групи,

разпознаваеми чрез техните практики на отхвърляне.

1. Консумация на вода

Консумацията на вода е основен проблем, засягащ сектора на хотелиерството.

Всъщност в един тризвезден хотел средно 40% от потреблението на вода е в стаите и 30% в кухните и пристройките. Следователно, изглежда разумно да се следи действителното потребление. Въпреки това могат да се предприемат определени мерки за оптимизиране на потреблението на вода и за идентифициране на причините за изтичане.



Могат да се определят четири области за подобрене. Целта е да се намалят разходите, свързани с потреблението на вода, и това да бъде част от политика за устойчиво развитие, която може да бъде аргумент за клиентите:

- Търсене на течове на вода

Течовете на вода не са непременно видими, но техните последствия върху сметката за вода са. Има обаче няколко неща, които могат да се направят, за да се предотвратяват:

- Идентифициране на основните възможни места на изтичане: тръби (клапи, фитинги и т.н.), точки на източване (кранове, душеве, тоалетни и т.н.) и, плувния басейн - ако вашият хотел разполага с такъв.
- Ако е възможно, да се направи карта на циркулацията на водата и план на обекта!
- Следене потреблението според броя на хората във вашето заведение или хотел (нощувки или куверти).
- Редовно отчитане на водомера(ите) и записване на данните в тетрадка или използване на компютър, за да се следи потреблението.
- Инсталиране на допълнителни измервателни уреди, за да идентифицирате по-добре възможните течове и да наблюдавате потреблението по сектори.
- Поддържане на оборудването: почистване редовно от котлен камък, смяна на най-старото оборудване или подписване на договор за поддръжка от специализиран техник в тази област.

- Оборудване на заведението

За да функционира правилно, оборудването във вашето заведение трябва да получава водно налягане между 2,8 и 3,2 бара.

Всяка зона на хотела може да бъде снабдена с подходящо оборудване за намаляване на потреблението на вода:

- Стаи: монтаж на смесители или, за стандартните кранове, монтаж на аератори и ограничители на потока за мивки и душове. За тоалетни монтаж на резервоари със стандартен обем от 3 до 6 литра, както и освобождаване с два бутона.
- Общи санитарни възли: монтаж на кранове с бутони или датчици.
- Кухни: за миене на съдове, монтаж на ръчен душ с ръчно управление, а за други мивки, монтаж на кранове с регулируем поток.
- За стъкло и съдомиялни машини да се вземе предвид етикета "енергия" (за предпочитане A++ или A+++) и етикета "консумация на вода", за да се избере най-подходящото за вашето заведение (малки ресторанти, голям брой завивки, покривки и т.н.).
- Ако вашето предприятие има зелени площи, помислете за събиране на дъждовна вода, капково напояване и/или мулчиране.

- Мобилизиране на персонала

Спестяването на вода също включва мобилизиране на персонала в ежедневните му дейности. Това също включва поддръжка и профилактика.

- Редовни срещи, на които да се напомня на служителите за мерките в борбата с отпадъците и опазване на околната среда. Осигуряване на контролни списъци и ръководство за процедурите.
- Обучение на няколко души (камериерка, техници по поддръжката, градинари, готвачи и т.н.) да проверяват мрежата и оборудването.

- Редовни проверки от този обучен персонал и доклади.
- Повишаване осведомеността сред гостите.
- И накрая, предприятието не може да приложи тези решения за пестене на вода без активното участие на своите клиенти.

Следователно трябва да информирате клиентите за вашия подход веднага щом пристигнат: чрез популяризиране на получено признание за екологична отговорност или чрез показване на точна и целенасочена информация.

- Препоръки за избягване на загубата на вода в банята, как да запазите кърпите и чаршафите за още един ден, за да избегнете ненавременно почистване.
- Положително послание и аргументи за ползите от тяхното действие.
- Подкрепа на тази екологична политика чрез представяне на харта, попълване на анкета за удовлетвореност, подчертавайки действията, които вече са предприети в района, където се намира вашето предприятие.

Значителни спестявания могат да бъдат направени, ако ръководството, персоналът и клиентите действат заедно.

- Оптимизиране използването на перални помещения

Управлението на прането е дейността, която оказва най-голямо влияние, около 30% от хотелските дейности, за околната среда: изменение на климата, потребление на вода и енергия, отпадъци, перилни препарати. Прането може да представлява най-големият екологичен разход за един хотел.

Има няколко начина за намаляване въздействието от спалното бельо върху околната среда: намаляване потреблението на

спално бельо чрез реорганизиране на процедурите за управление и повишаване на информираността на клиентите, пране според вида на използвания текстил (тегло, размер, материя и т.н.), анализиране на въздействието на вътрешното или външното управление на прането (използвано оборудване, транспорт и др.). По-малко бельо, повече ползи за околната среда!



Towels in a hotel, source Unsplash

- Подмяна на спалното бельо в стаите

Обичайно за един хотел е ежедневната смяна на кърпи и редовната подмяна на спално бельо.

Точно тук хотелиерите могат да използват презумцията, че спалното бельо може да се използва повторно, ако не е замърсено или прекалено влажно, така както всеки у дома използва своите кърпи няколко пъти.

Някои хотели вече позволяват на гостите да сменят хавлиите си само при поискване. Гостите са помолени да оставят мръсните си кърпи на пода или във ваната, когато искат да бъдат сменени.

„Кодът“ става известен на гостите в хотелите, като всяко заведение оставя съобщението и на табела в банята.

Всеки хотел или къща за гости е оформила свой собствен надпис, но съдържанието на съобщението като цяло е едно и също.

Трябва обаче да се спазват няколко комуникационни правила , за да се гарантира, че идеята е добре възприета от клиента:

- ясно и любезно съдържание на съобщението
- поставяне на табелата до чистите кърпи в банята

Както при всяка инициатива за повишаване осведомеността на клиента, е важно не само да се увеличи тяхната информираност, но, но и да се осигурят необходимите средства, които да насърчат подкрепата на клиентите за този тип инициатива:

- Да се инсталират достатъчно големи закачалки за кърпите. Ако клиентите смятат, че нямат достатъчно място да изсушат хавлията си, те няма да участват в тази инициатива.
- Да се използва кош за пране (за предпочитане плетен или от дърво), за да се предотврати оставянето на прането на пода: визуално е по-приятно да скриете използваните кърпи в кош, а кърпите ще бъдат по-малко мръсни и тежки, защото вече няма да абсорбират водата, която се разлива по пода.

5. ЗАМЯНА НА СПАЛНОТО БЕЛЪО С ПО-МАЛКО ВРЕДНА ЗА ОКОЛНАТА СРЕДА МАТЕРИЯ

Средното тегло на хотелското бельо варира от 300 до 750 g/m² за хавлиите и от 120 до 400 g/m² за спалното бельо. Високият грамаж не е непременно гаранция за високо качество, но

обикновено се свързва с него. А може би си струва да намалите теглото?

Например, кърпи за баня с размери 70 x 140: тегло от 350 g/m² (т.е. 392 g) може да бъде заменено с тегло от 400 g/m² (т.е. 343 g). С 20 000 хавлиени кърпи под наем на година ще бъдат почистени 6860 кг (с 350 г/м²) бельо, в сравнение със 7840 кг (с 400 г/м²). Това означава, че броят на завъртанията на пералнята и сушилнята през годината ще бъде намален с 12,5%, което означава, че същото количество енергия и вода ще бъдат спестени само за кърпи.

Същата логика важи и за размерите на бельото, за да се намали теглото на бельото за пране в пералната машината.

Например кърпа 30 x 70 може да бъде заменена с 30 x 50 без неудобство за клиентите.

5.1. Къса хранителна верига

Подходът за късата хранителна верига се основава на местни продукти и се отразява в постоянното увеличаване на местните покупки и къси вериги на доставка, за да се намалят посредниците. Очакванията са ясни: по-безопасни и по-устойчиви храни, включително намаляване на пестицидите, качество на храните, уважение към околната среда и т.н. Резултатите от последното земеделско преброяване, извършено от Министерството на земеделието, храните, рибарството и управлението на земите, показват, че късите вериги са наистина част от изискванията на потребителите. Тенденцията „направено във вашия собствен двор“ е във възход.

След органичните продукти, местните покупки стават все по-популярни. „Местното дори заменя органичното. През 2013 г. дистрибуторите завладяха основната тенденция на пазара към местни продукти, като наблягат за произхода на продуктите (проследяемост, верига на доставки и т.н.) и местни източници.

Друг модерен подход са директните продажби. Всеки пети производител във Франция продава чрез къса верига.

Производителите на зеленчуци и мед са най-ангажирани в този вид дистрибуция, което ограничава броя на посредниците между производител и потребител до един. Животинските продукти, които са по-трудни за преработка и консервиране, по-рядко се продават по този начин. Млечните продукти се реализират от млекопроизводителите за 34% и от овцевъдите и козевъдите за 44%.

Въпреки това, докато изглежда лесно да се купуват малки количества директно от производителя, големите дневни количества, необходими за колективно или търговско хранене, изискват предвиждане и организация. С цел да ги подкрепят в техния подход, професионалистите се възползват от различни практически инструменти и подкрепа от дистрибутори.

За да се пристъпи към подхода на късата верига, от съществено значение е запознаването с предимствата и пречките, до които той може да доведе. Първото условие, което е основна предпоставка за осъществяване на местно предлагане, е насърчаване на развитието на местен пазар. Целта е да се насърчи качествен кетъринг, който зачита хората, тяхното здраве и околната среда, защото това е проект, който „мисли глобално и действа локално“. За успешното провеждане на този експеримент е наложително да се гарантира качеството на продуктите и да се развие местното предлагане чрез установяване на партньорства.

В този случай закупуването на сурови продукти е благоприятно за местното производство и е определящ фактор за намаляване на материалните разходи в полза на по-качествените основни продукти.

Друг параметър, който трябва да се вземе предвид, е екологията. Масовият транспорт като тежкотоварни превозни средства и товарни кораби значително намаляват емисиите отколкото при превоз на килограм.

Разбира се, преминаването към местно ниво има своите предимства. Този подход обаче изисква прагматизъм и оценка на ситуацията, преди да се поеме ангажимент.



Местен магазин за органична храна, source:

Unsplash

5.2. Естествени пловни басейни

Традиционните пловни басейни замърсяват и използват много химикали, които са вредни за околната среда. На тези традиционни басейни има по-устойчива алтернатива: естествени басейни. Естествените басейни се основават на развитието на истинска екосистема, която поддържа балансирано качество на водата, благодарение на техниката на лагуниране. Тези басейни са съставени от три различни зони:

- Централна зона за къпане или пловен басейн, представляващ една трета от общата площ;

- Периферна, по-плитка зона за регенерация, където водните растения са отговорни за филтрацията, а може да има и декоративни растения;
- Зона за оксигениране и дезинфекция със кислородни растения или водопад, позволяващи водата да бъде изложена на естествена UV светлина.

Водата циркулира бавно между трите зони благодарение на малка помпа и след това чрез гравитация.

Естественият плуven басейн изисква изкопаването на естествен басейн, но също така и издигането на стени между зоните за къпане и филтриране. Необходимо е да се извърши:

- Изкопаването на естествения басейн и зоната за филтриране;
- Разграничаване на зоните за къпане и филтриране;
- Създаването на малък декоративен водопад, който е от съществено значение за насищането на водата с кислород;
- Създаване на павирана площ, перваз или понтон, позволяващ достъп до басейна.

Естественият плуven басейн е напълно екологичен процес. За поддържане на басейна, растенията на естествения плуven басейн са активни за запазване на качеството на водата през красивите дни и дори след това. Растенията за вашия естествен басейн служат като естествена филтрация. Наистина традиционните плувни басейни се пълнят с мъртва вода, която се поддържа чиста благодарение на много химикали, които трябва да се добавят. Естественият басейн, от друга страна, има "обновена" вода благодарение на растенията, които го изграждат.

Кои са най-подходящите растения за естествени басейни?

- Пречистващи растения: това са растения, които играят ролята на естествена филтрация. Тяхното действие им позволява да абсорбират наличните във водата метали, отговорни за размножаването на водорасли: фрагмити, елодея, острици и др.
- Кислородни растения: както подсказва името им, те внасят кислород във водата и по този начин насърчават развитието на бактерии: езерце, воден трилистник, водно лютиче и др.
- Плаващи и декоративни растения: те също помагат в борбата срещу разпространението на водорасли, защото скриват слънцето от водораслите, като по този начин забавят тяхното развитие: нимфеи и др.

Растенията могат да се поставят директно в земята или в саксии. Тази втора опция, която е по-лесна за осъществяване, ще позволи лесното преместване на растенията и също така ще ограничи разпространението на определени инвазивни растения. Затова е препоръчително да пресадите растенията в големи саксии, за да не ограничавате растежа им. Слой почва трябва да бъде покрит със слой чакъл поне два сантиметра, за да се избегне замърсяване на водата с пръст и да се предотврати нахлуването на риба.

Необходимо е обаче да се третират всички водорасли, които могат да се задържат: Първото нещо, което трябва да се направи, е да се тества водата за къпане. Ако водата има високо ниво на варовик, трябва да се вземат мерки, защото този минерал може да бъде причина за растеж на водорасли. Друга причина за водорасли в естествения басейн е, че не е постигнат баланс. Поради тази причина първите години ще бъдат важни и изборът на растения ще бъде залог за красотата на басейна, а също и за забавяне на появата на водорасли. Въпреки това, вие също ще трябва да се погрижите, при поддръжката на вашия естествен плувен басейн, за замърсяването на въздуха и торовете,

съдържащи се в оттичащата се вода.

- Често е възможно да се трансформира класически плуven басейн в естествен басейн, но тогава е необходимо допълнително пространство за лагуниране на водата.
- Това е истинска биологична и устойчива алтернатива на традиционния басейн.
- Естественият плуven басейн не изисква никакви химически вещества, особено хлор, което позволява съвместното съществуване на полезни организми като жаби, водни кончета и малки риби, които могат да живеят във водата, хранейки се със зелени водорасли и възможни ларви на комари.
- Конвенционалните басейни се облагат с данък, а „биологичните басейни“ - не.
- Естествените басейни обикновено не се отопляват, а се нагряват леко от слънцето. Следователно няма да имате неприятни изненади в това отношение (внимавайте за помпата), когато получите сметката си за електричество.
- Ако повърхността е достатъчно голяма и басейнът се използва само от време на време от патици, лебеди или гъски, слънчевите ултравиолетови лъчи и естественият кислород, произведен от фитопланктона и някои потопени водни растения, помагат за дезинфекцията на водата и био-слоя, който се образува постоянно .
- Веднъж монтиран, естественият басейн има много предимства пред конвенционалните басейни. Неговата поддръжка, веднъж годишно за дълбоко почистване на басейна, е по-малко досадна и представлява малко или никакви допълнителни разходи. Биологичният басейн няма как да се сравни с хлорирани басейни, сливайки

се пейзажа на околната среда.



An example of a natural swimming pool, source: Futurascience

6. ЛОКАТУРИЗЪМ: ИНТЕРЕСНА ФОРМА НА ЕКОТУРИЗЪМ В ХОРЕКА СЕКТОР

Виждаме появата на нови тенденции като бавния туризъм - истинска антитеза на масовия туризъм. "Slow tourism" (Бавен Туризъм) се основава на философията на "Slow Food" (Бавна храна), движение, създадено през 1986 г., което се бори срещу загубата на автентичност.

„Slow Food“ е тенденция за запазване автентичността на храната, като работи с малки производители и превъзпитава потребителите относно вкуса на продуктите. Тя спомага за създаване на устойчивост в региони, които гордо показват своите ценности и културни специфики.

Локатуризмът, който има същите цели като бавния туризъм, е малко по-сложен за дефиниране. Престой или почивка близо до

дома са обяснения, които се отнасят до привидно идентично понятие с местен туризъм, което обаче трябва да бъде ясно квалифицирано.

Прекарването на почивка у дома не е нещо ново. Всички онези, които нямат финансови средства да пътуват, практикуват престой (staycation – принудителен престой). От друга страна, доброволната ваканция у дома или в близост до дома е сравнително ново явление, което е провокирано от природосъобразни практики, които зачитат околната среда. В тази глава ще разгледаме също какво привлича хората към тази „нова“ форма на туризъм, но също и нейните граници.

6.1. Произход, начин на консумиране: локаворизъм

Локатуризмът е термин, произлизащ от локаворизъм, който сам по себе си е сравнително нов термин. Всъщност последният е създаден през 2005 г. по случай Световния ден на околната среда.

Въпреки че терминът е широко разпространен и е широко признат в Съединените щати, откъдето произхожда, той е много по-малко познат в Европа, където е в начален етап на развитие.

Локаворизмът се превърна в истинска тенденция сред хората с екологичен начин на живот. Този начин на консумация, който не е бил наблюдаван от предглобализацията, набра скорост през последните години до степен, в която днешните потребители са склонни да предпочитат местната храна пред органичната. Борбата с огромното потребление, дължащо се на глобализацията, започва от тук.

6.2. Туризмът вкъщи: Защо?

Както дефинирахме по-рано, локатуризмът е форма на практикуване на туризъм около дома. Този начин за налагане на

географска близост като ограничение, когато самото естество на туризма е да се практикува дейност извън обичайната среда, може да изглежда изненадващо в началото.

Въпреки че тази форма на туризъм придоби популярност след икономическата криза от 2008 г., аналогията с локаворизма ни позволи да намерим други причини, които мотивират тези туристически практики. В този раздел ще разгледаме как локатуризмът може да бъде формулиран и как може да бъде направен привлекателен.

6.3. Насърчаване на „зелена“ мобилност

Транспортът, и по-специално въздушният транспорт, е основната причина за замърсяването, свързано с туризма. Коста Рика, със своята програма „Pura Vida Pledge“, избра въглеродна неутралност, като насърчава туристите да компенсират въглеродните емисии от полета си, като правят дарения за местни екологични проекти. Тази компенсация е част от силна екологична политика и не е достъпна за всички туристически райони. Освен това рисковете от „зелено промиване“ при този тип подход са доста високи (риск от „плащане“ за емитирания въглерод, за да успокои съвестта си). Когато компенсирането на въглеродните емисии не е опция, туризмът в радиус от 161 км от дома е интересна алтернатива, която значително допринася за намаляването на емисиите, причинени от транспорта.

Въпреки че е вярно, че можете да замърсите, докато си стоите у дома, би било напълно излишно да летите до вашия район. Различните комуникационни кампании в полза на локатуризма също се застъпват за използването на така наречените "зелени" форми на мобилност (велосипеди, скутери, ходене и т.н.), за да се намали въздействие на туризма върху околната среда. Това желание за насърчаване на незамърсяващи транспортни средства засилва идеята за екологичен подход, който вече е силен поради връзката си с местността.

6.4. Туризмът на обикновени места и

туристическо преживяване

Еко-отговорният подход обаче не може да бъде единственият определящ фактор при избора на дестинация. Всъщност "предложението за изследователско пътуване е необходимо да бъде обновено и да осигури необичайно преживяване за местния посетител. Ето защо търсенето на изключителни моменти и нови места трябва да бъде предпоставка за създаване на туристически оферти.

Във време, когато пътуването става все по-далечно, е важно да се определят елементите, които биха могли да направят една дестинация в географския район на дома привлекателна за потребителя на продукта.

Привлекателността на дадена дестинация в родния регион за потребителя на туристическия продукт зависи от два основни елемента, а именно: туризмът на обикновени места и необичайното туристическо изживяване.

Терминът „обикновено място“ е синоним на „нетуристическо място“, стига да не се отличава с чудесна забележителност, което го прави очарователно. Повишаването на привлекателността и създаването на туристическия град на тези обикновени места следователно трябва да бъдат основите, върху които да се съсредоточи стратегията за местен туризъм.

Този „постмодерен“ туризъм е подновен от идеята за преоткриване и комбинирането на рекреационен и екотуризм, което придава разнородност на новите места в туризма - нови възгледи, практики и дейности, които се развиват там.

Така, с правилна стратегия, всяко „обикновено“ място може да се превърне в туристическа дестинация само по себе си.

Стратегията за туризъм, обаче, не може да се фокусира върху „забележителни“ места, тъй като тези места са част от

ежедневието на жителите и следователно са „обикновени“ за тях.

Ако околната среда не може да бъде „търговския актив“, стратегията за местен туризъм трябва да се насочи към други дейности.

Необичайното туристическо изживяване е истинския залог на локалуризма, което прави възможно превръщането на обикновено място в необикновено чрез създаване на мероприятия за местния потребител - организиране на събития или дори спортни дейности. Целта на този подход е да пречупи рутината, като извади потребителя от обичайния му живот, без да се налага да пътува.

Paris Plages е отличен пример за събитие, насочено към локален туризъм/престой. Наистина, както E. Lallement (2007) описва, това е „необичаен градски проект, тъй като обединява два свята (този на града и този на плажа), като същевременно ги държи на разстояние един от друг, гарантирайки, че единият не се слива с другия“. E. Lallement също обяснява основния парадокс на Paris Plages по следния начин: „Колкото повече плажът е организиран до степен да елиминира възможността за плуване като я замени с водни развлечения, толкова повече поддръжка изисква измерението на събитието. Именно ,по този начин, липсата на море и възможността за плуване, създават цялото богатство и атрактивност на събитието.



Друга форма на необичайно туристическо преживяване, предлагано предимно от големите градове, е преоткриването на околната среда. За разлика от стратегията на Paris Plages, която има за цел да накара парижаните да забравят, че са в Париж, подходът тук се състои в придружаване на „туриста“ в неговата среда, помагайки му да открие места, които са част от ежедневието му пейзаж, но чиято история и особености не познава, а понякога дори не знае за съществуването им. Това преоткриване на всекидневното пространство е добре подчертано в работата на I. Diaz Soria (2018) за град Барселона, който насочва вниманието към „нарастащия интерес към откриването на Барселона от страна на жителите на този метрополитен град. Развитието на сектора за обиколки с екскурзовод, насочени предимно към местното население, са доказателство за това.

Пространственият и времеви анализ на тенденцията показва, че интересът се отнася по-специално до същите райони, които вълнуват и класическите туристи. И все пак, ако посетените места са еднакъв избор за всички посетители, то поведението по време

на обиколките с екскурзовод (насочени към местното общество) се различава от това на туристите. Проучването, направено от I. Diaz Soria, също разглежда поведението на туристите (местни и масови). Резултатът е, че местните туристи са склонни да правят по-малко снимки и да бъдат много по-активни участници отколкото конвенционалните туристи.

Това по-силно участие по време на обиколката може да се обясни с по-силна привързаност към посетеното място, което би имало различно значение за всеки човек в зависимост от личното му преживяване.

Според интервюираните посетители, ежедневието им играе роля в техните откривателски преживявания. За Марк, Педро, Марти, Каролина, Меритсел и Мигел, когато обикалят собствения си град, ежедневието им преживявания допринасят по един или друг начин за осмисляне на това, което посещават."

7. ДВА ПРИМЕРА ЗА ЕКОТУРИЗЪМ

7.1. Екотуризм на Сейшели: ограничен туризм

Сейшелският архипелаг в Индийския океан има 115 острова с обща площ от 455 km² и морска територия от 1 336 559 km²! Това показва значението на океана за тази държава. Населението е 87 000 жители, потомци на имигранти от африкански, европейски, китайски или индийски произход. Деветдесет процента от тях живеят на главния остров Махе. Архипелагът е висок 905 метра, но животът е съсредоточен на брега и икономическите дейности са свързани с морето. Той е дом на два природни обекта, класифицирани от ЮНЕСКО като обекти на световното наследство: атолт Алдабра и гората Май, първична тропическа гора, разположена на остров Праслин. Тази страна е разработила стратегия, основана на ограничен, висок клас туризм в запазена среда.



An island in Seychelles, source: Unsplash

7.2. Екотуризъм във Фиджи: природосъобразни хотели

Република Фиджи, съставена от 322 острова на 18 000 km² земя в средата на Тихия океан, също базира голяма част от икономиката си на туризма, с 300 000 до 400 000 посетители годишно. Гмуркачите идват да се възхищават на необикновените богатства на кораловия риф. В залива Савусаву Жан-Мишел Кусто - син на известния командир - дава името си на курорта на остров Фиджи. В партньорство с научни институции и местни общности е иницииран проект за развитието на екологичен туризъм, фокусиран върху хората и природата, а също така се осъществява и обмен с жителите.

В хотела всичко е екологично: отпадъците се рециклират, а отпадъчната вода, пречистена чрез кокосови филтри, се използва повторно за напояване на органичната градина, която снабдява ресторанта. Биолог се грижи за опазването на морското биоразнообразие в лагуната. Курортът на остров Фиджи е получил множество награди за подхода си към екотуризма. Други оператори предлагат круизи за гмуркане във Фиджи, включващи

еко-доброволци, които участват в проекти за опазване на околната среда. Те се съгласяват да финансират частично престоя си, работейки за местни програми.

Друг пример за проект за екотуризъм е кораловият парк Chumbe Island в югозападната част на Занзибар. В тази защитена морска зона посетителите се насърчават да изследват както гората на малкия остров Chumbe, така и чудесата на околния коралов риф. На острова са построени седем екобунгала. Те са проектирани да имат нулево въздействие върху природата: енергията се захранва от слънчева енергия, дъждовната вода се събира и филтрира естествено, а тоалетните се компостират. Тридесет и пет процента от приходите от туризъм се използват за образователни проекти за местни училища, научни изследвания, програми за мониторинг и работата на рейнджърите.



Хотел в Фиджи, source: Unsplash

- Camus, S., Hikkerova, L. & Sahut, J. (2010). Tourisme durable : une approche systémique. *Management & Avenir*, 34, 253-269.
- EU Ecolabel tourist accommodations, European Commission.
- World Wide Fund For Nature © 1986 Panda Symbol WWF – World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund)
- Aurélie Condevaux, Géraldine Djament-Tran et Maria Gravari-Barbas,. « « Avant et après le(s) tourisms(s). Trajectoires des lieux et rôles des acteurs du tourisme « hors des sentiers battus » », 1 juillet 2016.
- Deprest, Florence. *Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire*. Mappemonde. Belin, 1997.
- Diaz Soria, Inmaculada. « L'expérience touristique de l'espace quotidien : le cas des visiteurs barcelonais. Géographie. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, » 2018.
- Hallem, Yousra, Jean-Michel Sahut, et Lubica Hikkerova. « Le "Slow tourisme" comme voie pour améliorer le sentiment de bien-être ». *Gestion 2000* 37, n° 3 (2020): 129-47.
- Le Gargasson C., Messaoudi D., Leriche F. « *Du tourisme de masse aux tourisms de masse*», *Géographie du tourisme*, A. Colin. Fagnoni Edith (éd.), 2017.
- Poulot, Monique. « Vous avez dit "locavore" ? De l'invention du locavorisme aux États-Unis ». *Pour* 215-216, n° 3-4 (2012): 349-54.
- Revue Espaces. « Staycation & Locatourisme », n° 353 (s. d.).

- Rose, Nick, Elena Serrano, Kathy Hosig, Carola Haas, Dixie Reaves, et Sharon M. Nickols-Richardson. « The 100-Mile Diet: A Community Approach to Promote Sustainable Food Systems Impacts Dietary Quality ». *Journal of Hunger & Environmental Nutrition* 3, n° 2-3 (25 août 2008): 270-85.
- Séguin, Gérard, et Emmanuelle Rouzet. *Marketing du tourisme durable*. Marketing sectoriel. Paris: Dunod, 2010.
- Yergeau, Marie-Ève. « Conservation, écotourisme et bien-être : leçons népalaises ». *Revue d'économie du développement* 23, n° 1 (2015): 129-65.

ОТНОСНО

CCSC (The Community of municipalities of Southern Corsica), Обединение на общините на Южна Корсика, е публична институция за междуобщинско сътрудничество (EPCI). Намира се в Корсика (Франция) в департамент Южна Корсика. Централният офис е в Порто Векио. В него работят 80 души.

Територията му се състои от 7 общини: Бонифачо, Фигари, Лечи, Монача-д'Аулен, Пианотоли-Калдарело, Порто-Векио и Сота, с население от 20 657 жители.

7-те общини на CCSC отговарят за държавните училища, създадени на тяхна територия. Те могат да организират допълнителни образователни, спортни и културни дейности в рамките на училищата.

CCSC има общо 19 компетенции, групирани по теми:

- Развитие на туризма
- Околна среда и жизнена среда

- Развитие и икономическо планиране
- Социално и културно развитие и планиране
- Пространствено планиране
- Пътища
- Жилища

От 1 януари 2017 г. CCSC също възстанови задачите на Агенцията по заетостта на Южна Корсика, по-специално по отношение на заетостта, обучението и интеграцията на млада и проблемна публика.

Всички дейности и проекти, изпълнявани от CCSC, са част от подхода за устойчиво и отговорно развитие.

Бяха реализирани много инициативи относно: чиста мобилност, Енергиен план за климата и въздуха (PCAET), управление на отпадъците, намаляване на потреблението на енергия, фотоволтаично производство на енергия, разпространение на LED лампи, чиста мобилност с електрически велосипеди, управление на водната среда и предотвратяване на наводнения и други...

CCSC беше награден с етикета: „Територия на положителна енергия за зелен растеж“. Във Франция „Територия на положителна енергия за зелен растеж“ се отнася до печелившите територии на поканата за инициативи, стартирана от Министерството на околната среда, енергетиката и морето на 4 септември 2014 г. „Територията на положителна енергия за зелен растеж“ е територия на върхови постижения за енергиен и екологичен преход. Общността се ангажира да намали енергийните нужди на своите жители, сгради, икономически дейности, транспорт и отдих. Тя предлага глобална програма за нов модел на развитие, по-стабилен и по-икономичен.

В този контекст няколко дейности бяха извършени от CCSC: станции и електрически велосипеди в общините, станции за зареждане на всички електрически превозни средства. Това са всички мерки, илюстриращи желанието на CCSC да запази и подобри своето екологично наследство.



2. Как да се насърчи популяризирането и приемането на здравословна и устойчива храна в системата на хотелиерството и рекламирането на местни територии

**Coopérative d'activité et d'emploi
Petra Patrimonia Sud**

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Един от научените уроци от пандемията Covid-19 е как веригата за доставка на храни и нейната способност да изхранва хората се превърнаха в голямо предизвикателство. По време на здравната криза късите вериги за доставка на хранителни продукти успяха да внедрят някои иновации: рибари и фермери продават своя улов и продукцията директно на потребителите. Съществуващата от години нужда от здравословни храни бе задълбочена от здравната криза, а консумацията на органични продукти вече не е просто тенденция. Осезаемите последици от изменението на климата, като горски пожари, наводнения и повишаващи се температури по света, карат хората да осъзнават колко е важно да променят своите потребителски навици и да мислят за устойчивост. Многобройни са предизвикателствата за насърчаване на популяризирането и консумацията на здравословна и устойчиво произведена храна в хотелиерството и промотирането на местните територии както за хората, така и за околната среда, като включват социални, икономически и екологични проблеми. В тази глава ще обсъдим как да подобрим подкрепата на потребителите по отношение на устойчиво произведената и здравословна храна, да се борим с хранителните отпадъци, да защитим и подобрим земеделската земя или да трансформираме съществуващите свободни площи в споделени пространства, богати на биоразнообразие, и накрая да повишим осведомеността и да предоставим необходимите умения и знания на заетите в хотелиерския бизнес и популяризирането на местните територии.

2. ПОДОБРЯВАНЕ НА ПОДКРЕПАТА ЗА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ЗА ЗДРАВΟΣЛОВНА И УСТОЙЧИВО ПРОИЗВЕДЕНА ХРАНА

Темата за устойчивото развитие е наложена в политическия и икономически дневен ред на глобално ниво. Сега това е една от

ценностите, които хората по света искат да насърчават, за да организират своето развитие. Това нарастване на „ангажираното“ потребление може да се обясни в по-голямата си част с факта, че гражданите смятат потреблението за пространство за социална конкуренция. Те трябва да са наясно, че потребителите са ключови за устойчивите хранителни системи, тъй като тяхното развитие зависи от поведението им при покупка и потребление. На първо място трябва да се уточнят условията за устойчиво произведена и здравословна храна. И така, какво е устойчива хранителна система? Според Организацията по прехрана и земеделие на Обединените нации (FAO), устойчивата хранителна система е „хранителна система, която осигурява продоволствена сигурност и хранене за всички по такъв начин, че икономическите, социалните и екологичните основи да генерират продоволствената сигурност и хранене за бъдещите поколения, които не са компрометирани.“ (Устойчиви хранителни системи – концепция и рамка). С други думи, устойчиво произведената храна е набор от хранителни



практики, насочени към осигуряване на храна на хората в достатъчно качество и количество, като същевременно се отчита устойчивостта и е икономически достъпна и възвръщаема по цялата верига за доставки на хранителни продукти. А какво означава здравословна храна? Това е хранителна практика, която ви позволява да поддържате или подобрявате цялостното си здраве. Здравословната диета ви осигурява основните хранителни вещества, от които се нуждаете, за да сте здрави, да се чувствате

добре и да имате енергия: протеини, въглехидрати, мазнини, вода, витамини и минерали. Тя има съществена роля за нашето здраве, тъй като намалява риска от развитие на определени хронични заболявания и по този начин увеличава продължителността на живота.

За да разберат предизвикателствата и да изиграят тази важна роля в процеса на подобряване на хранителната система, потребителите трябва да бъдат подкрепени в лабиринта, който представлява хранителната система, при която липсата на прозрачност често се поддържа основно от големите компании в хранително-вкусовата промишленост.

Съществуват обаче законово установени системи за проверка и гарантиране на качеството и произхода на хранителните продукти, като например системата за проследяване на храните и ученето през целия живот, за да се научат потребителите как да се хранят и да коригират потребителското си поведение в този смисъл.

3. РАЗПОЗНАВАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯТА ЗА ХРАНИТЕ И ОКОЛНАТА СРЕДА: ПРОЗРАЧНОСТ И ПРОСЛЕДИМОСТ НА ХРАНИТЕЛНИТЕ ПРОДУКТИ

Нарастващият интерес на потребителите към устойчивото производство е придружен от необходимостта за безопасност на храните в отговор на страховете около кризите в хранителния сектор от 2000 г. (най-известните са „лудата крава“ през 1996 г. и „птичият грип“ през 2005 г., но се появиха и няколко други епидемии досега), което допринесе за нарастващ страх сред потребителите и спешна нужда от прозрачност при производството на храните. Потребителите трябва да са уверени, че техните плодове и зеленчуци, месо, риба и пакетирани хранителни продукти са безопасни за тях и/или техните семейства. Те искат да знаят произхода, съставките в преработените продукти

и все повече се интересуват дали производството и рециклирането на продукта следва екологичните изисквания.

3.1. **Концепцията за проследимост на храните**

Международната комисия за Codex Alimentarius (сборник (набор) от международно признати стандарти, кодекси за добра практика, насоки и други препоръки, свързани с храните, производството на храни и безопасността на храните), създадена от ФАО през 1963 г., определя проследимостта или проследяването на продукта като „способността да се проследи движението на дадена храна през определен(и) етап(и) на производство, обработка и разпространение“.

Международната организация по стандартизация дефинира проследимостта като „способността да се проследи движението на дадена храна през определен(и) етап(и) на производство, преработка и разпространение“ (ISO 22005/2007).

Прилагането на ефективна система за проследяване е от съществено значение, за да се успокоят клиентите, но също така и за да се позволи на доставчиците и производителите да идентифицират и да могат да елиминират продукти, излагащи на риск за човешкото здраве, или да изтеглят продукти по цялата верига на доставки. По-конкретно става въпрос да се позволи на професионалистите да следват хранителните продукти и да познават трансформациите, които са претърпели от фермата до мястото на продажба. В хранително-вкусовата промишленост свежестта и качеството на продукта са от решаващо значение и могат да определят бъдещето на вашия бизнес, независимо дали е фактор за успех или провал.

Проследимостта отговаря на двойно предизвикателство:

- Предизвикателство за съответствие:

- спазване на нормативните изисквания: производителите са отговорни за качеството и безопасността на хранителните продукти, които пускат на пазара
- съответствие с бизнес изискванията: етикети, стандарти или други изисквания, необходими за продажбата на продукт
- Предизвикателство за конкуренция:
 - спецификации и стандарти
 - Международната конкуренция изисква доказване на произхода и проследимостта на продуктите

Проследимостта позволява на производителите да докажат, че контролират вложените ресурси (място, среда, съхранение, материали и оборудване, работни процеси, работна сила) и практики (съответствие с добрите практики: хигиена, съхранение, обработка).

Две основни разграничения трябва да бъдат посочени, когато става въпрос за проследимост:

- **Вътрешна и външна проследимост:** Това е изискване към преработвателите на храни, опаковчиците, дистрибуторите и другите във веригата за доставка да поддържат процеси, свързващи идентичността на суровините с тези на крайните продукти. Тогава продуктът трябва да получи уникален идентификатор. За да се осигури проследимост, връзката между този нов продукт и всичките му суровини трябва да бъде записана. А външната проследяемост се отнася до уникалната идентификация на всички проследими артикули извън даден бизнес субект в цялата верига на доставки. Външната проследяемост се осъществява от първоначалния

доставчик до крайния клиент.

- **Проследимост на принципа „една стъпка назад“, „една стъпка напред“:** Проследимостта назад включва връщане към източника на продукта, за да се намери замърсената съставка или продукт, докато проследимостта напред включва очакване да се види къде е използвана тази замърсена партида/продукт.

В Европейския съюз Общият регламент за храните изисква компаниите да могат да проследяват храни, фуражи и съставки по време на процесите на производство, преработка и дистрибуция. Проследимостта е идеалното решение за насърчаване на устойчив и отговорен хранителен сектор, но и за премахване на недоверието между индустрията и потребителите,.

Компаниите могат да изберат да участват в незадължителни системи за частни стандарти като Глобалната инициатива за безопасност на храните (GFSI) или Международните стандарти за храните (IFS). Те имат за цел да помогнат на предприятията от хранително-вкусовата промишленост да гарантират безопасността на храните и качеството на процесите и продуктите. Лого и сертификат се издават след прилагане на техните стандарти и препоръки, което може да помогне за укрепване на репутацията на вашата компания като производител на безопасни, висококачествени продукти и по този начин да увери клиентите, че сте отговорни производители.



При на проследимостта на храните европейските разпоредби стават все по-строги по отношение на професионалистите, за да

осигурят пълна прозрачност за потребителите.

Законът налага задължение за проследимост в сектора на производство и преработка на месото от раждането на животното до консумацията му: „от фермата до вилницата“.

За другите хранителни сектори проследимостта е доброволен процес, но въпреки това е необходим, за да се осигури гаранция за качество за потребителите. Количеството информация, която трябва да се събере и съхрани, може да бъде впечатляващо голямо, поради което трябва да се въведе ефективна система за проследяване.

3.2. **Фаворитизиране на устойчивите хранителни системи**

Системата е "набор от динамично взаимодействащи елементи, организирани според целта" (De Rosnay, 1975). Какво може да се каже за хранителната система?

Устойчивата хранителна система (SFS) може да се определи като териториална мрежа за сътрудничество, която интегрира производството, преработката, дистрибуцията и консумацията на хранителни продукти, както и управлението на отпадъците с цел подобряване на екологичното, икономическото и социалното здраве на общността. Тя включва участници, дейности и инфраструктури, поддържащи продоволствената сигурност на населението, и се основава на териториално управление на храните.

По-конкретно, в една устойчива хранителна система могат да се наблюдават признаци на промяна в хранителната верига на различни нива:

- Повече екологични земеделски практики: органично,

градско земеделие, споделени градини и др.

- Местни маркетингови канали: директни продажби, местни хранителни мрежи, организации на производители и др.
- Инициативи за намаляване на хранителните отпадъци: солидарна повторна употреба, преработващи кухни и др.
- Политики и програми, които насърчават справедлив и здравословен избор на храна

Необходимостта от динамика на сътрудничеството между организации на една и съща територия предполага и трансформация на хранителната система. Това сътрудничество трябва да бъде ориентирано около общи ценности, които са насочени към следните цели: прозрачност в обмена, икономика на близостта, равнопоставеност между поколенията, устойчивост на храните в случай на криза и т.н. Необходимо е също така да се прилагат международно признати показатели за оценка на устойчивостта на хранителни системи. Общностите трябва да вземат това предвид, за да предприемат необходимите действия.

АГРОЕКОЛОГИЯТА е прилагането на екологични концепции и принципи, базирани на функционалностите на екосистемите за оптимизиране на взаимодействията между растенията, животните, хората и околната среда, като същевременно се вземат предвид социалните аспекти, за да се даде възможност за създаване на устойчива и справедлива хранителна система. Агроекологията е обещаващ интегриран и холистичен подход за трансформиране на хранителните системи, който се занимава с въпроси, свързани с производството на храни, слескостопански продукти и с маркетинговите системи в рамките на благоприятна

политическа среда. Агроекологичните практики стават все по-популярни сред организациите на производители, включително семейни фермери, фермери (селско стопанство) и традиционни общности, за опазване и устойчива защита на биоразнообразието и природните ресурси, изграждане на знания чрез съвместно производство и споделяне, както и подобряване на управлението. Агроекологията спомага за връщане към диверсификацията в системите за селскостопанско производство и насърчава разнообразието на ландшафта (напр. диверсификация на



културите и удължаване на периодите на ротация на полето, прилагане на агроекологични инфраструктури и т.н.) и засилва ролята на биоразнообразието като производствен фактор. Агроекосистемите подобряват ефективността на практиките за намаляване на употребата на скъпи, оскъдни или вредни за околната среда суровини и насърчават замяната на интензивни суровини с екосистемните функции на биоразнообразието.

Постигането на агроекологични преходи може да трансформира настоящите системи в устойчиви и издръжливи хранителни системи, които позволяват на всеки да има достъп до качествена, здравословна и безопасна храна и да произвежда устойчиво.

4.ХРАНА И ОБРАЗОВАНИЕ

Във връзка с една по-екологична храна и по-специално приемането на устойчива система за производство на хранителни продукти е от съществено значение, в допълнение към промяната в начините на производство, разпространение, транспорт и свързаните с тях политики, у потребителите да се развива и реална, и психическа връзка с храната.

В контекст, в който свръхизобилието и задоволяването на непосредствените нужди са позволили появата на свръхконсумация и хипериндивидуализъм, потребителите, които остават преди всичко отговорни граждани, сега трябва да се изправят пред екологични, социални и икономически проблеми, които вече не могат да бъдат игнорирани. За да могат устойчивите хранителни системи да се развиват и предлагат алтернатива на хранително-вкусовата промишленост, преобладаваща през последните десетилетия, от съществено значение е потребителите да бъдат обучавани през целия си живот по отношение на храната, както във връзка с тяхното здраве, така и за опазването на околната среда и природните ресурси.

4.1. Промотиране на здравославна храна

Необходимостта от насърчаване на образованието в сферата на храненето може да бъде мотивирана от силното въздействие на храната като цяло върху здравето, големите здравни неравенства, които могат да възникнат от ранна възраст, и рисковете от новия начин на живот.

В допълнение към избора на храна проблемите включват диетични модели, които са основни фактори за неравенствата в здравето, съчетани с липсата на физическа активност, присъща на заседналият начин на живот на населението.

Въпреки това непълноценното хранене продължава, особено в най-уязвимите и неравностойни социални групи. То не трябва да се бърка с недोхранването, тъй като включва и ситуации на излишни калории или хранителен дисбаланс.

Здравословната диета спомага за предпазване от всички форми на непълноценно хранене, както и срещу незаразни заболявания като диабет, сърдечни заболявания, инсулт и рак.

Въпреки това в страните от ЕС, както и в доста развити страни, тенденцията да се консумират все повече и повече мазни, захарни и свръхпреработени продукти е в основата на заболявания с особено висока социална цена, като затлъстяване или диабет. Полученият хранителен дисбаланс в диетите може да се обясни с лошото разпределение на приема на храна през деня и умножаването на периодите на лека закуска.

Едновременно с това нараства необходимостта от справяне с проблемите на общественото здраве и устойчивостта: хотелиерският отрасъл трябва да допринесе за насърчаването на устойчива и здравословна храна, тъй като той има няколко предимства. Изследванията показват, че заведенията за обществено хранене от сектора на хотелиерството, ангажирани с насърчаването на инициативи за предлагане на здравословна и устойчиво произведена храна, виждат нарастване на посещаемостта. В допълнение към такова увеличаване на потенциалните клиенти, това създава здравословен или устойчив зелен имидж за ресторанта.

4.2. По-устойчиви начене на потребление

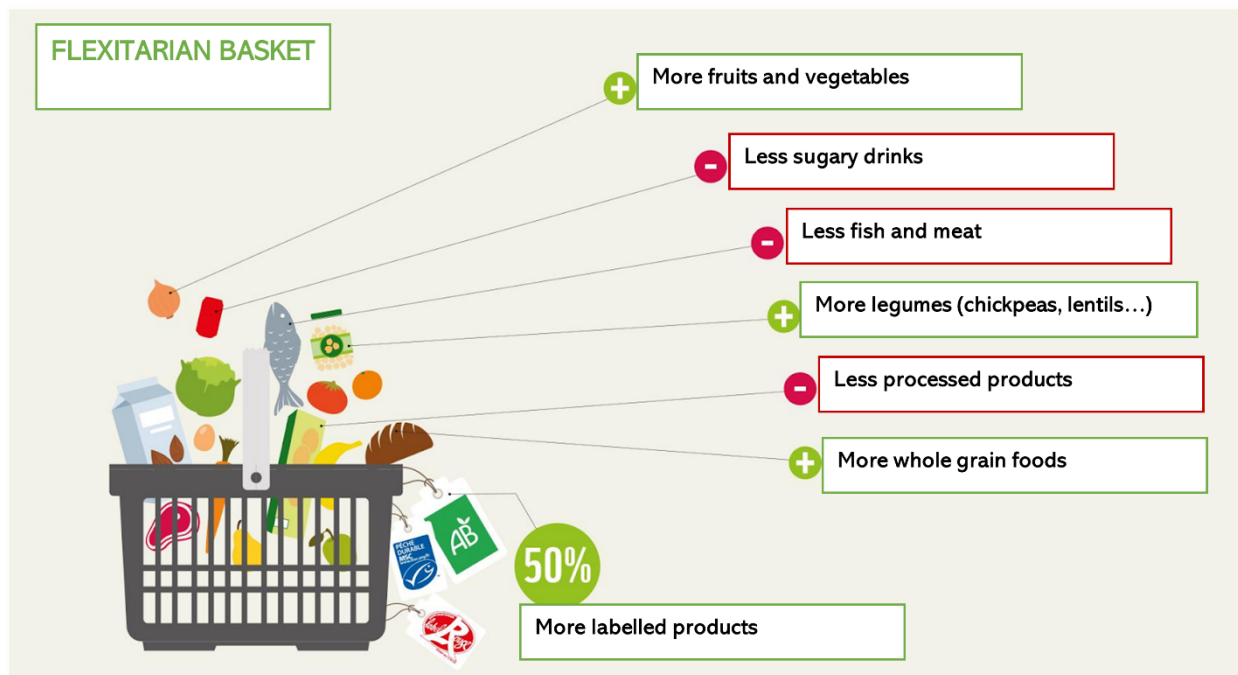
Гъвкавата потребителска кошница включва комбинация от храни на растителна и животинска основа. Предназначен е за хора, които следват флекситарна диета, която се състои предимно от

растителни храни, но включва от време на време малки количества храни от животински произход.

Гъвката потребителска кошница може да включва разнообразие от зеленчуци, плодове, бобови растения, ядки, семена и зърнени храни, както и по-малки количества млечни продукти, яйца и месо. Целта на флекситарната кошница е да осигури балансирана и питателна комбинация от храни, които отговарят на диетичните нужди на хората, следващи флекситарна диета.

Някои примери за елементи, които могат да бъдат включени в гъвката кошница, включват:

- Плодове: ябълки, банани, ягодоплодни, портокали, круши и др.
- Зеленчуци: листни зеленчуци, чушки, моркови, домати, тиква и др.
- Зърнени храни: пълнозърнести храни като киноа, овесени ядки и кафяв ориз, както и пълнозърнест хляб, тестени изделия и зърнени храни.
- Бобови растения: боб, леща, нахут и др.
- Ядки и семена: бадеми, кашу, тиквени семки и др.
- Млечни продукти: мляко, сирене, кисело мляко и др.
- Яйца
- Месо: пилешко, телешко, свинско, риба и др



Гъвкава кошница

5.БОРБА С ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ

Хранителните отпадъци имат отношение към изменението на климата и са отговорни заедно със пиленето на храна за 6% от глобалните емисии на парникови газове (ПГ) 1 (Poore & Nemecek). Те са голямо предизвикателство за всички страни по света. Хранителните отпадъци имат сериозни екологични, социални и икономически въздействия като парникови газове, замърсяване, недостиг на вода, увеличен въглероден отпечатък, бедност, глобален глад, опасности за здравето...



Програмата на ООН за околната среда (UNEP) изчислява, че 931 милиона тона храна, а именно 17% от общата храна, достъпна за потребителите през 2019 г., са били изхвърлени в кофите според изследването на UNEP (Доклад за индекса на хранителните отпадъци 2021).

В ЕС хранителните отпадъци се оценяват на 173 килограма на човек всяка година, а услугите в хранително-вкусовата промишленост генерират 12% от общите хранителни отпадъци.

5.1. **Борба с хранителните отпадъци на ниво производство**

Въпреки че това измерение на хранителните отпадъци не е пряка отговорност на хотелиерската индустрия, важно е да се отбележи, че произведената храна се разхищава дори преди да напусне фермата. Докладът „Подтикнати към прахосване: Глобална загуба на храна във фермите“ (Driven to Waste) издаден от Световния фонд за дивата природа съвместно с компанията ТЕСКО през 2021 г., показва, че 1,2 милиарда тона храна, произведена в световен мащаб, се губят по време на прибиране на реколтата или клане, което представлява 15,3% от храната, произведена в света. Докладът също така посочва, че тази загуба на храна е пренебрегван проблем в Европа и други индустриализирани страни. Той също така критикува факта, че ЕС не се справя с този проблем по начин, който да го прекрати, и че се фокусира твърде много върху нивото на постпродукция. Изтъкват се няколко фактора, обясняващи загубата на храна на този ранен етап от веригата за доставка на храни, като твърде строги стандарти за външния вид на селскостопанската продукция, лоши условия на труд и нефункциониращи пазари и политики.

В допълнение към тези стандарти и въпроси на политиката, механизацията и свръхпроизводството са замесени в проблема с хранителните отпадъци, защото макар да носят иновации и увеличено производство, те също са генератори на отпадъци, когато се управляват неправилно. Производителите трябва да оптимизират своите процеси, като прегледат следните три етапа:

1. Идентифицирайте области, генериращи отпадъци:

Ангажирането в процеса на намаляване на хранителните отпадъци включва измерване на произведените отпадъци и идентифициране на техния произход. За да направите това, прилагането на план за наблюдение и измерване е от решаващо значение. Този план трябва да включва инсталациите, процесите и оборудването, както и инспекции и прегледи.

2. Внедряване на подобрения: След като бъдат идентифицирани областите на отпадъци, от решаващо значение е да се внедрят подобрения за значителното им намаляване. Има няколко начина за оптимизиране на процесите за намаляване на отпадъците:

- Елиминиране на ненужни процеси: когато даден процес е безполезен, той трябва да бъде елиминиран, защото има разходи и генерира ненужни отпадъци.
- Подобряване на входящите ресурси: отпадъците могат да бъдат приписани на конкретен процес, докато това е дефектен процес нагоре по веригата, който причинява отпадъци на по-късен етап. Прегледът на качеството на входовете е от решаващо значение на този етап.
- Обучение и осведоменост на персонала: Персоналът трябва да бъде правилно обучен и чувствителен към хранителните отпадъци, в противен случай всичките ви подобрения ще бъдат безполезни и неефективни.
- Минимизиране на загубите: Някои отпадъци могат да бъдат избегнати, като бъдат преработени или прехвърлени за използване в други области
- Нов дизайн на процес и/или модернизация на

оборудване: Когато даден процес все още е проблем, обмислянето на надграждане или редизайн на оборудването е опция. Дори ако е скъпо, това може да доведе до подобрения на качеството и добавена стойност.

- Подобряване на изхода или редизайн на продукта: За да се подобри ефективността на даден процес, понякога е необходимо да се модифицира изход или продукт.

3. Превърнете потока от отпадъци в поток от приходи: Когато генерирането на отпадъци е неизбежно, съществуват други възможности да оползотворите вашите отпадъци. Има пазар за хранителните продукти с недостатъци в качеството и повреди върху тях. Да бъдеш част от кръговата икономика, това спомага за възможно най-дълго използване на ресурсите, а бизнес моделите на кръговата икономика са ефективни за генериране на нови приходи и диверсификация на бизнеса.

На производствено ниво намаляването на хранителните отпадъци включва иновации както по отношение на машини и персонал, така и промяна на стандартите за външния вид на продуктите. Последната точка обаче изисква радикална промяна на менталитета и поведението на потребителите. Хотелиерството може да участва в тази промяна, като повлияе на по-късните етапи от хранителната верига, а именно нивата на обработка, закупуване и потребление.

ОСНОВНИ СЛУЧАИ НА ХРАНИТЕЛНИ ОТПАДЪЦИ

Производство	Механизация, сортиране (вид, размер, форма), санитарни проблеми

Преработка	сортиране (методи и външен вид), съхранение
Дистрибуция	Мениджмънт и прогнози за продажби
Потребление	Консервиране на продукти
Потребление	Прогнози за продажби

5.2. Борба с хранителните отпадъци на ниво преработка

Приготвянето на храна по отношение на хранителните отпадъци е решаваща стъпка в ресторантьорството и хотелиерството, тъй като качеството на съхранение, обработка и употреба на храната ще окаже влияние върху генерирането на отпадъци. Това е ключова стъпка в борбата с хранителните отпадъци и загубите на храна, за която трябва да се положат големи усилия, защото може да се постигнат много добри резултати и пряко въздействие върху управлението на хранителните отпадъци.

Основното предизвикателство при приготвянето на ястия в ресторантьорството и хотелиерството е да знаете какво количество продукти да пригответе, за да сте сигурни, че всички клиенти ще са доволни. Потребителското търсене обаче варира и продукт, който е бил с голямо търсене при една услуга, може да бъде с ниско търсене при друга. Свръхпроизводството ще доведе до голямо увеличение на хранителните отпадъци и похабяването на храна.

На етапа на обработка, за да се избегне това свръхпроизводство, мениджърите трябва да имат най-точната оценка на необходимото количество хранителни продукти.

Познаването на нуждите на клиентите на съответната компания може да бъде оценено чрез събиране на данни. Наличието на оценка, възможно най-близка до реалността на бизнеса, позволява да се произведе подходящото количество храна и да се намалят хранителните отпадъци на този етап. За да направите това, е важно да водите отчет и за това каква храна е била изхвърлена.

Имайте предвид, че някои продукти могат да бъдат оползотворени по друг начин, вместо да бъдат изхвърлени, като обелки от плодове и зеленчуци (пържени храни, мармалад и др.).



Контролирането на размера на порциите също е от решаващо значение, за да избегнете остатъци от храна в чинията, които в крайна сметка се озовават в кошчето. Предлагането на екологично чисти опаковки за потребителите, за да си вземат неконсумираната храна вкъщи, трябва да се прилага в комбинация с контрол върху размера на порциите.

Спазването на разпоредбите за безопасност на храните също е от решаващо значение, особено по отношение на съхранението.

От съществено значение е да се гарантира, че охлаждащото оборудване като хладилници и фризери се наблюдава редовно и че температурата им се измерва и проверява няколко пъти на ден с помощта на контролните инструменти на оборудването, но преди всичко според термометър, поставен вътре във всеки охлаждащ модул. Това гарантира, че температурата в уреда се поддържа на оптимално ниво и че времето за консумация на съхраняваните хранителни продукти е най-подходящо. Персоналът трябва да е наясно с оптималните температури за съхранение на продуктите, особено за пресни и замразени продукти, които трябва да бъдат стриктно наблюдавани с оглед на рисковете за здравето, свързани с лошо управление и предвид крехкостта на тези продукти, които трябва да бъдат изхвърлени, ако не се съхраняват при препоръчителните температури.

Съхранението на прясна храна в тези помещения трябва да позволява ефективна вентилация и равномерно охлаждане. Обемисти продукти, които пречат на охладения въздух да циркулира, могат да повлияят на температурата на хладилния модул и по този начин да компрометират контрола на температурата.



5.3. Борба с хранителните отпадъци на ниво обработка

- Ограничете покупките

От съществено значение е да сведете покупките на храна до минимум. Една от основните добри практики за борба с хранителните отпадъци е ефективното планиране на необходимата храна. Това планиране се състои основно в проверка на състоянието на запасите и планиране на ястията, които ще се сервират. Преди да отидете при вашия доставчик или да направите поръчка, важно е да съставите списък с ястията, които ще се сервират в периода, за който купувате (дни, седмица, месец). Съобразно този списък ще е необходим списък и на съставките за приготвяне на ястията. След това е необходимо да проверите кои от тях са налични и кои могат да бъдат премахнати от списъка за пазаруване, ако е необходимо.

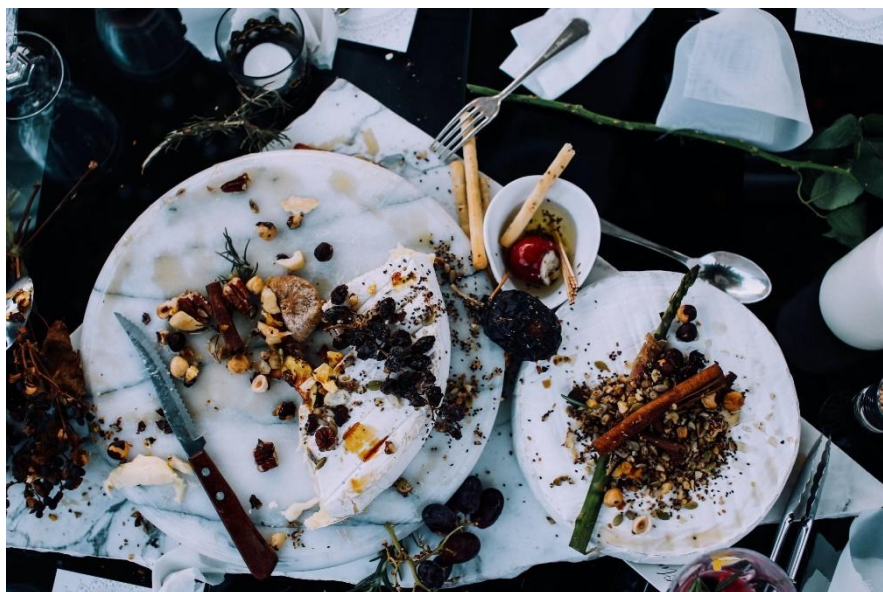
Въпреки това тези действия по планиране са неразделни и могат да бъдат взаимозаменяеми, тъй като е също толкова разумно списъкът с ястия да се състави от наличните на склад продукти и да се вземат предвид кратките срокове на някои от тях, като пресни продукти например.

Количествата на закупените суровини трябва да се основават на обемите на продажбите. Проследяването на продуктите, които компанията продава, е от решаващо значение за процеса на закупуване. Това проследяване позволява необходимите количества да бъдат оценени възможно най-точно. В случай на нова рецепта или пускане на нов продукт и за да се избегнат отпадъци, се препоръчва да се произвежда разумно количество и да се види как се приемат те от клиентите и по този начин да се адаптират обемите на закупуване.

Въпреки че доставчиците начисляват много по-ниски цени за покупки на едро и е жизненоважно за един ресторантьорски бизнес да поддържа ниски разходи, закупуването на едро на продукти трябва да се основава на разумна оценка на обема на продажбите и трябва да включва само продукти с много дълъг срок на годност, като сухи продукти или консерви.

- **Пазаруване в местни хранителни мрежи:**

Закупуването от структури с къса верига за доставка на храни има няколко предимства за заинтересованите страни, но и в по-широк план за обществото като цяло, тъй като този вид маркетинг е много благоприятен за опазването на околната среда и по-специално за борба с изменението на климата чрез намаляване на въглеродния отпечатък.



На първо място, той дава възможност да се ограничи движението на стоки. Както споменахме по-горе, това спомага за опазване на околната среда, от една страна, но също така позволява по-качествени продукти. Тази гаранция за по-добро качество идва от самия транспорт на стоките, което позволява:

- от една страна, да се намали времето за транспортиране и по този начин да се осигури оптимално прибиране/производство на продукти,

особено за плодове и зеленчуци

- от друга страна, да се подобрят условията за транспорт на стоките чрез намаляване на посредниците и рисковете от повреда на продуктите по време на обработка

Второ, закупуването в къси вериги за доставка на храни позволява близост с доставчика, която обикновено не съществува, когато процесът се извършва с доставчици, които имат национален или дори международен обхват. Тази връзка с доставчика (самия производител като цяло в тази система) прави възможно установяването на връзка на доверие и по-добро познаване на пазара/контекста/продуктите.

Късите вериги за доставка на храни също помагат за запазване на местната икономика и развиват солидарност с местните производители. Купуването на регионално произведени продукти позволява развитието на местната общност по няколко начина:

- инвестиране в местната икономика, по-специално чрез местно преразпределение
- допринасяне за създаването и поддържането на местна заетост
- подобряване на заплащането на местните производители
- възстановяване на социалната връзка между потребители и производители

● **Популяризирайте местни и сезонни продукти**

Популяризирането на местни и сезонни продукти е свързано до голяма степен с развитието на къси канали за дистрибуция и е един от резултатите. Наред с подобряването на качеството на храната и

подкрепата на местната икономика, устойчиво произведената храна е в основата на проблемите за политиците и общностите. Насърчаването на местни продукти прави възможно поддържането на този начин на потребление, тъй като е популярен сред потребителите, но трябва да бъде въведен и трябва да бъде резултат от реална политическа воля, за да се развива. Развитието на постоянен пазар за разпространение на местни продукти позволява те да бъдат предоставени на потребителите. Освен това улеснява комуникацията между производители и потребители, когато се появят нови сезонни продукти.

Има много платформи като мрежата [Open food](#), които позволяват на заинтересованите страни да открият какви местни мрежи за храна са налични в техния район, да споделят добри практики и ресурси и да се свързват с общността и заинтересованите хора.

Наред с популяризирането на локални продукти е важно да се популяризира сезонността на храните, особено „сезонното хранене“. Този термин се отнася до практиката да се яде храна, когато е тя е най-прясна и типична за сезона. Този тип хранене е свързано с вкуса, но също и с устойчивостта на производството. Консумирането на сезонна храна намалява въглеродния отпечатък и има ползи за човешкото здраве.

5.4. **Борба с хранителните отпадъци в процеса на обработка**

- **Обучете клиентите относно хранителните отпадъци**

Образованието е от основно значение в борбата за намаляване на разхищението на храна. Почти всеки един от нас е бил разточителен, когато става въпрос за храна. Колко хора обаче се замислят дали да изхвърлят неизядена или неизползвана храна? Освен това като компания за хотелиерство и ресторантьорство как можем да накараме клиентите да знаят за хранителните отпадъци,

когато плащат за услуга?

По същия начин, по който хората са били обучени за вредните ефекти от загубата на енергия, те трябва да разберат въздействието на хранителните отпадъци, за да се стремят към намаляването им. Потребителите имат голям дял от загубата на храна и отпадъците в хотелиерството и ресторантьорството.

Обучението на потребителите относно хранителните отпадъци не само ще повиши осведомеността за моделите им на потребление в хотелиерския бизнес, но също така ще помогне за внедряването на тези потребителски навици в ежедневието им и ще има благоприятно въздействие върху околната среда и обществото като цяло, като по този начин ще надхвърли сектора на хотелиерството и ресторантьорството. От решаващо значение е вашите гости да не се чувстват ограничени или принудени да ограничават консумацията си. Те трябва да бъдат спокойни, че ще се насладят на храната си. За да направите това, трябва да сте наясно с различните типове нагласи на потребителите.

	Ценителят	Угаждащият си	Изследователят
<i>Гостът вероятно мисли</i>	„Платих за това и ще си получа това, което съответства на парите ми.“	„Заслужавам това и ще направя всяко хранене празник.“	„Има толкова много опции. Трябва да опитам всичко!“
<i>Те могат да вземат/поръчат повече, отколкото им трябва, защото</i>	... повече в чинията им означава повече стойност за парите им	...това е специален повод и не е време за сдържаност!	това е единственият начин да сте сигурни, че няма да пропуснат нещо, което може да им хареса
<i>Можем да ги убедим да вземат по-малко, когато ние</i>	...уверете ги, че получават голяма стойност поради	...създайте усещане за удоволствие чрез разнообразие и опит и	...наблегнете на изследването чрез разнообраз

	качеството на това, което ядат.	чрез приравнява не на устойчивостта с лукса.	ие, а не количество – приемането на по-малко означава, че можете да опитате повече и да се насладите на това
	↓ И когато повишим тяхната осведоменост по въпроса за хранителните отпадъци		

Нагласи на потребителите - Как да повлияем на техния избор за борба с хранителните отпадъци (откъс от „Набор от инструменти за съобщаване на хранителните отпадъци на гостите“ от Световния фонд за дивата природа)

Образованието и осведомеността относно хранителната система и отпадъците помагат на хората да видят истинската стойност на храната, която купуват.

- **Налични решения за борба с хранителните отпадъци за потребителите**

Наред с образованието и осведомеността относно хранителните отпадъци е от съществено значение да се предоставят на потребителите конкретни решения за постигане на ефективни резултати.

Първо, предприятията за ресторантьорство и хотелиерство трябва да предложат на клиентите възможността да занесат въщи неизядената си храна в подходящи съдове. „Кучешките торбички“ са контейнери за остатъци от храна, неизядена в ресторант например, които да носите въщи. Клиентите трябва да бъдат насърчавани да искат такива чанти, тъй като това спомага за избягване на директното изхвърляне на храна.

След това хотелиерският и ресторантьорският бизнес трябва да бъдат част от кръгова градска хранителна система. Дигиталните инструменти предлагат няколко различни опции за ресторанти и магазини за хранителни стоки за ефективна борба с хранителните отпадъци чрез различни начини, като преразпределение на годна за консумация храна, улесняване на системи за интелигентно ценообразуване или предоставяне на прости системи за измерване и наблюдение. [Too Good to Go](#) е социално предприятие, което се ангажира да се справи с проблема с хранителните отпадъци. Компанията създаде приложение, което да помогне на хората да се справят с хранителните отпадъци в техните местни общности, като ги свърже с ресторанти и хранителни магазини, които имат излишни храни и съставки.

Да бъдеш част от кръгова хранителна система е от съществено значение и е много ефективно в борбата с хранителните отпадъци, като носи много ползи както за потребителите, така и за бизнеса в сектора.



6.ЗАЩИТА И ПОДОБРЯВАНЕ НА ЗЕМЕДЕЛСКАТА ЗЕМЯ ИЛИ ТРАНСФОРМИРАНЕ НА СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ СВОБОДНИ ПЛОЩИ В СПОДЕЛЕНИ ПРОСТРАНСТВА, БОГАТИ НА БИОРАЗНООБРАЗИЕ

Една здравословна и устойчива хранителна система може да играе ключова роля в защитата и подобряването на земеделската земя и трансформирането на съществуващите пространства в споделени пространства, богати на биоразнообразие.

Някои стратегии за постигане на това включват:

- насърчаване на устойчиво земеделие
- поддържане на местни хранителни системи
- намаляване на хранителните отпадъци
- създаване на общински градини и инициативи за градско земеделие
- насърчаване на зелена инфраструктура
- подобряване на идържливостта на хората, устойчивостта общностите и екосистемите

6.1. Да превърнем храната в лост за подобряване на благосъстоянието на всички в региона

Здравословната и устойчива храна може да се използва като лост за подобряване на благосъстоянието на хората и общностите в даден регион по няколко начина.

- **Насърчаване на здравословни хранителни навици в**

подкрепа на здравето и устойчивостта

Насърчаването на хората да консумират разнообразна и балансирана храна, която включва набор от плодове, зеленчуци, пълнозърнести храни и постни протеини, може да помогне за подобряване на цялостното здраве и предотвратяване на хронични заболявания като затлъстяване, диабет и сърдечни заболявания. В днешно време хората консумират повече храни с високо съдържание на енергия, мазнини и сол или натрий, но не ядат достатъчно плодове, зеленчуци и пълнозърнести храни. За постигане на ефективни резултати в общността е от съществено значение да се включат няколко сектора и заинтересовани страни, като местни власти, публичен сектор и частен сектор.

● Подпомагане на местни хранителни системи

Купуването на отгледана в региона продукция и произведена храна може да е в подкрепа на местните фермери и производители на храни, да стимулира местната икономика и да намали въздействието върху околната среда, като се почне от транспортирането на хранителни продукти.

Докато сложната, глобализирана хранителна система осигурява големи количества храна на ниски цени, обикновено за сметка на качеството на продуктите, местната хранителна система може да подобри здравния статус на общностите. Появата на фермерите на местните пазари, поддържаното от общността селско стопанство и ресторантите във фермите трябва да бъдат насърчавани да подкрепят местните хранителни системи.

В допълнение, тези системи помагат за развитието на местната икономика, като позволяват на парите да останат в общността. Многобройни проучвания показват, че това има много положителни икономически въздействия, включително че два пъти повече пари остават в общността, когато покупките се правят на местно ниво.

- **Намаляване на хранителните отпадъци**

Прилагането на програми за намаляване на хранителните отпадъци и отклоняването на излишната храна към нуждаещите се може да помогне да се гарантира, че всеки има достъп до достатъчно питателна храна и да намали негативното въздействие върху околната среда от производството на храни.

- **Осигуряване на образование и ресурси**

Обучението на хората относно техниките за здравословно готвене, безопасността на храните и храненето може да им даде възможност да направят по-здравословен избор на храна и да подобрят цялостното си благосъстояние.

Осигуряването на образователно съдържание и ресурси е от съществено значение, тъй като помага за създаването на по-устойчива и справедлива хранителна система. По този начин се повишава осведомеността за ползите от здравословната и устойчиво произведена храна, както и по отношение на подобрено здраве и благополучие, екологична устойчивост и социална и икономическа справедливост. Освен това, като предоставяме образование и ресурси, можем да помогнем на хората да направят информиран и устойчив избор на храна и да подпомогнем производство на храни в малки ферми в региона. Като превърнем здравословната и устойчиво произведена храна в лост за подобряване на благосъстоянието на хората и общностите, можем да помогнем за създаването на по-устойчива и справедлива хранителна система за всички.

- **Справяне с продоволствената несигурност**

Работата за справяне с продоволствената несигурност и недохранването в региона може да помогне да се гарантира, че всеки има достъп до достатъчно питателна храна, за да води здравословен и продуктивен живот. Това може да включва

партньорство с хранителни банки, обществени организации и правителствени програми за разпределяне на храна на нуждаещите се. Местните производители на биохрани често отглеждат по-голямо разнообразие от плодове и зеленчуци от традиционни сортове, за да привлекат различни клиенти. Това разкрива по-голямо разнообразие от посевен и посадъчен материал, тъй като той играе ключова роля в създаването на по-устойчива и издръжлива местна хранителна система. Този материал представлява местна генна банка, която въплъщава вековни знания за запазване, отглеждане и използване на полезни сортове. Чрез поддържане на разнообразието от семена се предотвратява рискът от изчерпване на тази генна банка и загуба на местни познания, тъй като семената продължават да се предават от поколение на поколение.

6.2. Насърчаване на появата на модели за производство и потребление на храни, които сближават потребителите и производителите

Тъй като нашата глобална хранителна система става все по-индустриализирана и консолидирана, за потребителите може да бъде трудно да имат пряка връзка с производителите на храната, която консумират. Въпреки това, като насърчаваме появата на модели за производство и потребление на храни, които сближават потребителите и производителите, можем да създадем по-устойчива, справедлива и устойчива хранителна система. От местни хранителни кооперации и фермерски пазари до подпомагано от общността земеделие и градско земеделие – има различни начини за свързване на потребителите с източниците на тяхната храна и подпомагане на производството на храни в малки ферми. Като популяризираме тези модели и насърчаваме

приемането им, можем да помогнем за създаването на по-свързана и устойчива хранителна система, която е от полза за всички.

6.2.1. Местни хранителни мрежи

- **Подкрепа за хранителните кооперации**

Хранителните кооперации, които се притежават и управляват от техните членове, могат да помогнат за обединяването на потребителите и производителите, като предоставят пряка връзка между двете групи. Хранителните кооперации могат да се реализират на територията като:

- **Кооперативи за хранителни стоки:** те продават широка гама от хранителни продукти (пресни продукти, месо, млечни продукти и др.);
- **Фермерски пазари:** това са организации, които управляват фермерски пазари и продават прясна, отгледана в съответния регион продукция и други хранителни стоки директно на потребителите. Членовете на кооперацията могат да включват фермери, занаятчии и други производители на храни;
- **Сдружения за подпомагано от общността земеделие (CSA):** това са кооперации, които свързват потребителите директно със земеделски производители и други производители на храни в техния регион. Членовете на кооперацията обикновено плащат такса предварително, за да получават редовено прясна, отгледана в региона земеделска продукция и други хранителни стоки през целия вегетационен период.

Хранителните кооперации могат да осигурят редица ползи на своите членове и общностите, които обслужват, включително достъп до висококачествена, отгледана на място храна, възможности за участие и обучение на общността, както и подкрепа за дребни фермери и производители на храни.

- **Насърчаване на развитието на хранителни хъбове (центрове)**

Хранителните хъбове, които са централизирани организации, събират, съхраняват и разпространяват произведена местна храна до потребителите, помагат за свързването на дребните фермери с потребителите и насърчават потреблението на местна храна. Развитието на партньорства с местни фермери, производители на храни и обществени организации може да помогне на хранителните центрове да се свържат с местните източници на храна и да изградят подкрепа в общността.

Развитието на хранителни центрове може да популяризира предимствата на местната храна, като насочва вниманието на потребителите към ползите от местната храна, нейната свежест, вкус и екологични и икономически предимства, като помага за увеличаване на търсенето на местна храна и подкрепя развитието на хранителни центрове. Това може да доведе до по-широко използване на местни храни в институции като училища, болници и др.

Трябва да се подкрепят политики и разпоредби, които благоприятстват местната храна, което може да помогне за създаването на по-благоприятна среда за развитието на хранителни центрове.

- **Насърчаване на използването на местни хранителни суровини в ресторантите**

Насърчаването на ресторантите да използват местни сезонни продукти може да помогне на местните фермери и производители на храни, като същевременно предоставя на потребителите прясна, висококачествена храна. Представянето на повече информация на собствениците на ресторанти и персонала в тази насока може да помогне за увеличаване на търсенето на местна храна. Развиването на партньорства с местни фермери и производители на храни също може да помогне на ресторантите да получат достъп до по-голямо разнообразие от произведения в региона хранителни продукти и да изградят връзки с местни производители на храни. Използването на местна храна в специални менюта спомага за повишаване на осведомеността и



търсенето на местна храна сред клиентите на ресторанта. Тази специфична уникалност в гастронимията ще позволи на региона да подобри привлекателността си за туристите и ще донесе добавена стойност на своята територия. По този начин може да бъде основна атракция за местния туризъм и да помогне за развитието на регионалната икономика.

6.2.2. **Градско земеделие**

Градското земеделие е практиката за отглеждане на храна в градски райони, обикновено в малки пространства като градини в задния двор, обществени градини и дори на покриви или в

контейнери.

- **Насърчаване на домашното градинарство**

Насърчаването на хората да отглеждат собствена храна у дома чрез градини в задните дворове или чрез обществени градини може да помогне за сближаването на потребителите и производителите и да предостави на хората пресни, здравословни продукти. Това допринася също и за усвояване на устойчиви знания за здравословно хранене, като дава възможност на хората да се научат как да отглеждат пресни и полезни продукти, да пестят пари и да намалят въздействието върху околната среда от производството на храни, което може да помогне за увеличаване на интереса към домашното градинарство.

Споделянето на успешни истории и примери за проекти за домашно градинарство трябва да се насърчава, за да се вдъхновят повече хора да направят своите домашни градини.

- **Подпомагане на производството на храни в малки стопанства**

Градското земеделие може да предостави възможност на дребните производители на храни, като например градинари в задните дворове и градинари в споделени зеленчукови градини, да отглеждат и продават собствената си продукция. Това може да помогне за подкрепа на местните хранителни вериги и да сближи потребителите и производителите.

- **Създаване на връзки с общността и насърчаване на устойчивостта**

Градското земеделие може да създаде усещане за общност и да обедини хората около обща цел за отглеждане и споделяне на храна. Това може да помогне за изграждането на

взаимоотношения между потребители и производители и да създаде усещане за връзка и общност.



6.3. **Подобряване на екосистемите и здравния статус на хората и общностите чрез здравословна храна и устойчива хранителна система**

Изграждането на здравословна и устойчива хранителна система на дадена територия допринася за подобряване на екосистемите и здравния статус на хората и общностите и способността им за справяне с изменението на климата и с екологичните проблеми в по-широк смисъл. Много критични екологични проблеми са свързани със селското стопанство, като изменението на климата,

мъртвите зони в световния океан, генното инженерство, замърсителите, обезлесяването, деградацията на почвата, отпадъците и други. Селското стопанство може да има огромно въздействие върху екосистемите около него. Следователно възприемането на устойчиви селскостопански практики може да предотврати или намали тези отрицателни въздействия върху околната среда и общностите.



Покривните култури, компостирането и интегрираното управление на вредителите могат да помогнат за защитата и подобряването на земеделската земя, както и да подкрепят биоразнообразието. Тези практики допринасят за подобряване на устойчивостта на общностите и екосистемите чрез защита на природните ресурси и насърчаване на по-устойчива хранителна система.



Купуването на местна храна може да помогне на местните фермери и производители на храни, да стимулира местната икономика и да намали въздействието върху околната среда от транспортирането на храни. Това може да помогне за подобряване на устойчивостта на общностите чрез увеличаване на икономическото самозадоволяване на потребностите и намаляване на зависимостта от външни източници на храна.

Изграждането на здравословна и устойчива система намалява хранителните отпадъци и отклонява излишната храна към нуждаещите се, може да помогне да се гарантира, че ценните ресурси не се губят и че всеки има достъп до достатъчно питателна храна. В резултат на това се подкрепя устойчивостта на общностите и тяхната територия чрез намаляване на разхищаването на ресурси и справяне с продоволствената несигурност чрез намаляване на уязвимостта към недостиг на храна и принос за подобряване на здравето и благосъстоянието на хората.

7. ПОВИШАВАНЕ НА ОСВЕДОМЕНОСТТА И ПРЕДОСТАВЯНЕ НА НЕОБХОДИМИТЕ УМЕНИЯ И ЗНАНИЯ НА ПРОФЕСИОНАЛИСТИТЕ В СФЕРАТА НА ХОТЕЛИЕРСТВОТО И РЕСТОРАНТЬОРСТВОТО И НАСЪРЧАВАНЕТО НА ТЕРИТОРИИТЕ

Повишаването на осведомеността на професионалистите в сферата на хотелиерството и ресторантьорството и в популяризирането на териториите е от съществено значение, за да им позволи да разберат заложените проблеми и необходимостта от промяна. Въпреки това, осъзнаването на проблемите не е достатъчно. Професионалистите трябва да притежават уменията и знанията за прилагане и насърчаване на здравословна и устойчива хранителна система. По този начин те ще бъдат агенти на промяната, като изместят своята практика към по-устойчиви модели, които включват благосъстоянието на хората и общностите.

7.1. Промяна на обичайните практики в дейността на професионалистите в сферата на хотелиерството и ресторантьорството и в популяризирането на териториите по отношение на устойчиво произведената и здравословна храна

За да се даде възможност на секторите на хотелиерството, ресторантьорството и промоция на регионите да станат по-силни в областта на здравословната и устойчива храна, от съществено значение е техният персонал да бъде информиран и обучен по този въпрос, за да станат дейностите посочените сектори ефективни в тази област и така да повишат осведомеността по този основен проблем и на нашите съвременни общества.

- Обучителни и образователни събития**

Промяната на практиките на работа на професионалистите в

сектора на хотелиерството и популяризирането на териториите по отношение на устойчиво произведена и здравословна храна чрез обучения и образователни събития е от съществено значение за създаването на по-справедлива система на производство и потребление на храни. Чрез подкрепа на професионалистите в сектора и предоставяне на необходимите знания и умения може да се гарантира, че хотелиерството, ресторантите и други заведения за обществено хранене са в състояние да предложат на своите клиенти здравословни възможности за хранене и да популяризират региона като дестинация за устойчиво произведена и здравословна храна. Това може да включва участие на персонала в обучителни сесии и образователни събития за професионалисти, разработване на образователни материали и сътрудничество с местни туристически организации за насърчаване на ангажимента на региона към устойчиво произведена и здравословна храна. Чрез промяна на практиките на професионалистите в сектора на хотелиерството и популяризиране на териториите можем да помогнем за създаването на система на производство и потребление на храни, която е от полза за всички.

- **Разработване на материали за реклама и маркетинг**

Разработването на маркетингови и промоционални материали, като брошури, уебсайтове и съдържание в социалните медии, които подчертават ангажимента на региона към устойчиво произведена и здравословна храна, може да помогне за привличането на посетители, които имат отношение към околната среда, и да направи региона разпознаваем всред другите.

Комуникацията е от съществено значение, независимо дали с професионалисти, местни жители или туристи, тъй като повишава осведомеността за предизвикателствата на здравословната и устойчиво произведена храна и улеснява прилагането на устойчива система, която отговаря на нуждите на територията. Създаването на марки за здравословни храни е много ефективна

инициатива в това отношение, тъй като те често се управляват от средни по размер организации или участници в процеса и следователно не изискват големи инвестиции.

Тези видове собствени марки, както и еко-етикети, са много търсени от потребителите, независимо дали са жители на региона или туристи. Еко-етикетите са маркировки, поставени върху продукт или услуга, за да помогнат на потребителите и корпоративните купувачи да идентифицират тези продукти и услуги, които отговарят на специфични екологични критерии. Те помагат и насочват потребителите към по-добри навици за пазаруване.

- **Сътрудничество с местни туристически организации**

Сътрудничеството с местни туристически организации, като например офиси за посетители и търговски камари, може да помогне за популяризирането на региона пред по-широка публика и да предостави ценни ресурси и подкрепа на работещите в бранша на хотелиерството и ресторантьорството. Тенденцията към устойчив туризъм нараства през последните години, което означава, че хората търсят цялостно туристическо изживяване, но и такова, което взема предвид икономическите, социалните и екологичните проблеми. Пътуващите днес са по-наясно или поне по-чувствителни към проблемите на околната среда.

Те търсят нови преживявания, загрижени са за околната среда, искат да водят здравословен начин на живот и имат желание да се докоснат до автентичната местна култура, когато пътуват.

Ето защо е важно местните заинтересовани страни да си сътрудничат с регионалните туристически организации, за да направят ползите и спецификите на местната храна достояние на възможно най-много хора, за да развият териториите, като същевременно запазят своето ноу-хау и околната среда.

- **Насърчаване на хотели и ресторанти да възприемат устойчиви и здравословни хранителни практики**

Насърчаването на хотели и ресторанти да възприемат практики за устойчиво и здравословно хранене, като например снабдяване с местни и биологично произведени съставки и предлагане на менюта на растителна основа може да помогне за промяна на нагласите на професионалистите в сектора и да популяризира региона като дестинация за устойчиво произведена и здравословна храна. Професионалистите от бранша трябва да бъдат насърчавани да демонстрират силните страни и практиките на здравословна и устойчива хранителна система в техния регион чрез популяризиране и използване на произведения в региона храни.

- **Инвестиции в инфраструктура**

Инвестирането в инфраструктура, като транспорт, настаняване и развлечения, която поддържа практики за устойчиво и здравословно хранене, като програми за споделяне на велосипеди и локални градини, може да помогне за подобряване на цялостното изживяване на посетителите и да направи региона по-привлекателен за туристите.



7.2. **Насърчаване на образователни инициативи за устойчиво произведена и здравословна храна**

В свят, изправен пред предизвикателства като изменението на климата, продоволствената несигурност и здравословни проблеми, свързани с начина на хранене, е по-важно от всякога да се насърчават образователни действия за устойчиво произведена и здравословна храна. Като предоставяме на хората необходимите знания и умения, за да правят информиран и устойчив избор на храна, можем да помогнем за създаването на по-здравословна и по-устойчива хранителна система за всички. Това може да включва организиране на образователни събития и семинари, разработване на образователни материали, сътрудничество с училища и университети, партньорство с обществени организации и насърчаване на устойчиви и здравословни хранителни практики чрез социални медии и други онлайн платформи. Като насърчаваме образователни действия относно устойчиво

произведената и здравословна храна, можем да помогнем за създаването на по-справедлива хранителна система за всички.

- **Организиране и участие в образователни събития и семинари**

Организирането и участието в образователни събития и семинари е чудесен начин да предоставите на хората необходимите знания и умения за възприемане на устойчиви и здравословни хранителни практики. Тези събития и семинари могат да приемат много форми, като уроци по готвене, семинари по хранене, обиколки на ферми и др. С организирането на такива образователни дейности можете да помогнете за обучението на хората по различни теми, свързани с устойчиво произведената и здравословна храна, като например как да отглеждат собствена храна, как да готвят, използвайки всички части на растението например и как да направят информиран избор на храна. В допълнение към предоставянето на ценна информация и умения, образователните събития и семинари могат също да създадат усещане за общност и да обединят хората около общ интерес към устойчиво произведена и здравословна храна. За провеждане на такива образователни дейности е важно да се определи целевата група и целите, да се избере подходящо място и срокове за провеждане, да се разработи план, да се популяризира събитието и да се проследят и оценят резултатите.

- **Разработване на обучителни материали**

Разработването на образователни материали за здравословна и устойчиво произведена храна може да бъде ефективен начин за предоставяне на хората на необходимите знания и умения за възприемане на тези практики.

Образователните материали могат да под различна форма като брошури, ръководства, видеоклипове и др. Чрез разработването им можете да помогнете за обучението на хората по различни

теми, свързани със здравословна и устойчиво произведена храна. Образователните материали могат да бъдат особено полезни за предоставяне на хората на информация и ресурси, към които те могат да проучат и осмислят в подходящо за тях време и със собствено си темпо.

- **Сътрудничество с училища и университети**

Сътрудничеството с училища и университети за насърчаване на здравословна и устойчива храна може да бъде ефективен начин за обучение на учениците и подпомагане на развитието на общността. Училищата и университетите често имат заинтересована аудитория от студенти, които се намират на важен етап в живота си и са отворени да учат за здравословни и устойчиви хранителни практики. Като си сътрудничите с тези институции, можете да предоставите на учениците необходимите знания и умения, за да направят информиран и устойчив избор на храна, което пък може да помогне за създаването на по-здрава и по-устойчива общност. В допълнение към предоставянето на образователни материали, сътрудничеството с училища и университети може също така да даде възможност за свързване с местни организации и ресурси и за ангажиране на учениците в учебни „преживявания“ с практическа надсоченост като екскурзии и проекти за предоставяне на услуги.

- **Партньорство с обществени организации**

Партньорството с обществени организации за насърчаване на здравословна и устойчиво произведена храна може да бъде важен начин за обучение на хората и подпомагане на развитието на общността. Обществените организации, като читалища и библиотеки, често имат силно присъствие в своите общности и могат да осигурят платформа за достигане до широк кръг от хора. Като си партнирате с тези организации, можете да предоставите на хората необходимите знания и умения, за да направят информиран и устойчив избор на храна, което може да помогне за

създаването на по-здравословна и по-устойчива общност. В допълнение към предоставянето на образователни материали, партньорството с обществени организации може също така да даде възможност за свързване с местни ресурси и ангажиране на хората в практически учебни преживявания, като обществени градини и уроци по готварство.

- **Популяризиране на практики за устойчиво и здравословно хранене чрез социални медии и други онлайн платформи**

Насърчаването на устойчиви и здравословни хранителни практики чрез социални медии и други онлайн платформи може да бъде основен начин за обучение на хората и подпомагане на развитието на общността.

Социалните медии и други онлайн платформи могат да осигурят широк обхват и да ви позволят да споделяте образователни материали и ресурси с хората по-лесно и по по-достъпен и удобен начин.

Като насърчавате устойчиви и здравословни хранителни практики чрез тези платформи, можете да предоставите на хората необходимите знания и умения, за да направят информиран и устойчив избор на храна, което може да помогне за създаването на по-здравословна и по-устойчива общност. В допълнение към предоставянето на образование, насърчаването на устойчиви и здравословни хранителни практики, чрез социалните медии и други онлайн платформи може също така да предостави възможност за свързване с хора и организации с подобно мислене и за ангажиране на хората в дискусии и дейности, свързани с устойчиво произведена и здравословна храна. Освен това това помага да се повлияе на други членове на общността и да ги накара да осъзнаят необходимостта от възприемане на нови хранителни навици, както и ползите, които това може да има на индивидуално, общностно и като цяло глобално ниво.

7.3. Развитие на знанията и уменията на персонала, работещ в сектора на хотелиерството и популяризирането на местните територии относно устойчиво произведената и здравословна храна

Развитието на знанията и уменията на персонала, работещ в сектора на хотелиерството и популяризирането на местните територии, за устойчива и здравословна храна е от съществено значение за създаването на по-устойчива и справедлива хранителна система и за фокусиране на вниманието на посетителите в региона върху екологични проблеми. Като предоставяме на персонала необходимите знания и умения, ние можем да помогнем да гарантираме, че хотелите, ресторантите и другите заведения за хранене са в състояние да предоставят на своите клиенти здравословни и устойчиви хранителни опции и да популяризират региона като дестинация за устойчиво произведена и здравословна храна. Това може да включва обучение на персонала за това как да се снабдяват с местни и органични продукти, как да се приготвят ястия на растителна основа и да използват приготвене всички части на продуктите и как да се популяризират устойчиви и здравословни хранителни практики сред клиентите. Чрез развиване на знанията и уменията на персонала, работещ в сектора на хотелиерството и популяризиране на местните територии, можем да помогнем за създаването на по-устойчива и здравословна хранителна система, която е от полза за всички.

- **Предлагане на програми за обучение**

Много компании, работещи в сферата на хотелиерството предлагат вътрешни програми за обучение, които обхващат теми като устойчиви и здравословни храни. Тези програми могат да се предоставят чрез различни формати, включително индивидуални семинари, онлайн курсове или уебинари. От съществено значение

е да се предложи на персонала в сектора възможността да придобие нови умения и да затвърди съществуващите, за да има висок професионален стандарт, за да отговори на нуждите и важните предизвикателства, свързани с устойчивостта, околната среда и здравето. Обучен, образован и осведомен персонал ще даде възможност за поддържане на устойчива и здравословна хранителна система чрез по-ефективно и бързо прилагане на стратегии. Това подобрява въздействието им на местно, регионално и национално ниво, както и в международен план.

- **Насърчаване на персонала да търси допълнителни ресурси**

Насърчавайте служителите да правят свои собствени изследвания по темата, като предоставяте достъп до ресурси като книги, статии и онлайн курсове. Това ще помогне на служителите да са в крак с най-новите тенденции и разработки в тази област. Търсенето на допълнителен ресурс също показва реална ангажираност на служителите в сектора и разбиране на проблемите. Това може да им позволи да придобият нови знания, но и да персонализират обучението си по темата.

- **Създаване на благоприятна работна среда**

Създайте култура на работното място, която цени устойчивостта и здравословното хранене. Това може да включва предоставяне на опции за здравословна храна в кафенето на служителите, насърчаване на опции за храна на растителна основа и насърчаване на персонала да носи свои собствени съдове и прибори за многократна употреба. Създаването на подкрепяща работна среда има редица предимства както за организацията, така и за нейните служители, особено когато става въпрос за придобиване на нови умения и знания. Тази безопасна работна среда трябва да насърчава откритата комуникация, работата в екип, безопасността, ученето през целия живот и включването и участието на заинтересованите страни. Поради това служителите

ще бъдат насърчавани да споделят знанията и опита си за практики за устойчиво и здравословно хранене със своите колеги. Това може да стане чрез неформални разговори, екипни срещи или дори организиране на семинари или презентации.

- **Партньорство с местни организации**

Партнирайте си с местни организации, които насърчават устойчиви и здравословни хранителни практики, като фермерски пазари или обществени градини. Това може да предостави на персонала възможност да научи за тези практики от първа ръка и да се включи в местната общност. Работата в мрежа може да бъде ценен инструмент за развиване на знанията и уменията на персонала, работещ в сектора на хотелиерството и насърчаване на местните територии за устойчиво произведена и здравословна храна.

Работата в мрежа може да ви помогне да се свържете с други професионалисти, организации и ресурси, които могат да предоставят ценна информация, съдържание и подкрепа за вашите усилия. Присъединяването към индустриални организации и професионални асоциации може да предостави възможност за свързване с други професионалисти и достъп до ресурси и информация, свързани с устойчиви и здравословни хранителни практики. Посещението на конференции и събития може да предостави възможност да се свържете с други колеги и да научите за най-новите изследвания, тенденции и най-добри практики, свързани с устойчиво произведена и здравословна храна. И накрая, препоръчително е да използвате наличните онлайн



ресурси и платформи. Много онлайн ресурси и платформи, като социални медии, онлайн форуми и онлайн общности, могат да бъдат полезни за придобиване на знания, подобряване на вашите практики на работа или свързване с други професионалисти или организации в областта.

● Източници

- Joseph Poore & Thomas Nemecek (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. Science.
- Lee, K.; Conklin, M.; Cranage, D.A.; Lee, S. The role of perceived corporate social responsibility on providing healthful foods and nutrition information with health-consciousness as a moderator. Int. J. Hosp. Manag. 2014, 37, 29–37 [Crossref]
- Alimentation durable : définition et enjeux. (2021, 16 novembre). Optigede - Ademe. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://www.optigede.ademe.fr/alimentation-durable>
- Alimentation et Environnement : Champs d'actions pour les professionnels (ADEME). (2016, octobre). [Pdf]. ADEME Editions.
https://librairie.ademe.fr/cadic/2223/alimentation_et_environnement_2020.pdf?modal_token=475833152e6107866008730d7fc4199a&modal=true&cookies_allowed=true&open=true&firstname=&lastname=&email=jerome.scanavino%40orange.fr&rgpd=on&submitted=1&g-recaptcha-response=03ANYolqskqof500aDIV2GGVgDWLyv9QBbKK4yrjWDFkF_yt_0b3es4X0yVQFNCS-0YRThh81O_ID1WNsNHkQpUqV8FcD8e10GQldvl_pXNK1Fox_Sn2CvGgkxTvK1bZg0NFYLaUrxGv13miyDJwCMB5YK1-h4UtVdnKyS1fArmSSsJIWFpnBbkymM1DI-

dVDt9JLWRbsse1Y6ThKHS2ku3IA2-
SLkXeMZ1CQp_dljmXxrZlACggn0leCUP9RR9vT4Olt-
SV8nCCePCFEyrcA9ebOBDuYdn-
5Vx0W4eW7XAtsA0min3jT0L4k8VXXiDbpeZQJMis_XcsIMkc_
RGARDh9PqTfZ0AShrQdT3l-N-
tGOA2oxkj0LklrtI6puRzubwzw4Dr0E03NPFYm-o5j-
zqHI64TjqybLKAhMYBlh96SZs9zb0AOXRbM69gRIC9z6JgvdNf
PfV7aX6NGmXRVIVklo6yb7qE3OA1__rCmxnpmOh1oBe6pan
RBq9zktv1Ulc-S6mTjwchi3eLbO1Hu8jPw-fJW9fjJ2y9Q

- Fosse, J. P. F. (s. d.). Pour une alimentation saine et durable - Rapport pour l'Assemblée nationale. France Stratégie. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://www.strategie.gouv.fr/publications/une-alimentation-saine-durable-rapport-lassemblee-nationale>
- Guide de l'alimentation durable. (2015). Institut fédéral pour le développement durable. https://www.developpementdurable.be/sites/default/files/document/files/gidsduurzamevoeding_fr.pdf
- How Consumer Organisations can contribute to Sustainable Food systems. (s. d.). Consumers International. <https://www.consumersinternational.org/media/314552/how-consumer-organisations-can-contribute-to-more-sustainable-food-systems.pdf>
- L'alimentation, un nouvel enjeu de développement durable pour les territoires. (s. d.). Cerema à l'adresse <https://www.cerema.fr/fr/actualites/alimentation-nouvel-enjeu-developpement-durable-territoires>
- L'éducation à l'alimentation : entre représentations et pratiques alimentaires – Éducation relative à l'environnement –. (2018, 26 octobre). Érudit. <https://www.erudit.org/fr/revues/ere/2016-v13-n2->

ere04029/1052542ar/

- Product traceability in the Food & Beverage industry. (s. d.). Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://hospitalityinsights.ehl.edu/product-traceability>
- Promouvoir une alimentation saine et durable : et la rendre accessible à tous les habitants de la métropole. (2019, avril). Conseil de développement Grand Lyon. <https://conseils-de-developpement.fr/wp-content/uploads/2020/11/promouvoir-alimentation-saine-et-durable-lyon-19.pdf>
- Sustainable Food System in Hospitality | FoodNotify Hospitality Blog. (s. d.) à l'adresse <https://www.foodnotify.com/en/blog/sustainable-food-system-hospitality>
- Systèmes alimentaires durables : Un manuel pour s'y retrouver. (2020). FAO & INRAE. <https://doi.org/10.4060/ca9917fr>

● ЗА НАС

„Петра Партимония Зуд“ (Petra Patrimonia Sud /PP Sud) е кооперация за бизнес и заетост, специализирана в подкрепа на ръководители на проекти в следните сектори:

- Селскостопанско, ландшафтно и екологично наследство: PETRA PATRIMONIA FOLIA
- Морско наследство и морски бизнес: PETRA PATRIMONIA MARITIMA

- Архитектурно наследство, строителство и екостроителство: PETRA PATRIMONIA

PP Sud е истинска алтернатива на създаването на бизнес, която позволява на собствениците на проекти да развиват дейностите си по различен начин, в законна, сигурна, формираща и иновативна среда. Тази рамка дава възможност преди всичко да се тества конкретно жизнеспособността на даден проект (договор CAPE), след това да се предприеме устойчивото му в рамките на кооперацията, под егидата на наскоро повишен статут (ION n ° 2014-856 от 31 юли 2014 г. относно социалната и солидарна икономика), тази на предприемач-служител.

Предприема действия за спазване на следните принципи:

- даване на възможност на всеки да предприеме и развие своето ноу-хау по икономически и съвместен начин;
- да се насърчава реализацията на жизнеспособни икономически проекти, оставяйки централно място за индивидуалните житейски проекти;
- възможност за служителите и наетите предприемачи да станат партньори

PP Sud работи в областта на социалната и солидарна икономика и в тясно партньорство с държавни служби, местни и регионални власти за прилагане на политики, свързани със заетостта, интеграцията, обучението и по-специално тези, посветени на развитието на дейности и предприятия.

Тази социална и икономическа иновация осигурява обратимост и лесен достъп до създаване на бизнес. Дейността на организацията включва коучинг програма, насочена към развиване на специфични социални умения, необходими на мениджърите (задълбочен е при изпълнение на задачите, поема

лична инициатива, има способността да предвижда и реагира ефективно на промените, приема културните и социални различия, лидерство, управлява собствените си емоции , Има способността да преговаря с другите, Интересува се от научаване на нови неща/ интересува се от иновации, Умее да управлява времето ефективно, Знае как да разработва стратегии).

Действията се предприемат в партньорство с големи мрежи, подкрепящи създаването и придобиването на компании, като BGE, FI, FA, „réseau entreprendre“ (мрежа на предприемачите), APCE.

PP SUD е специализирана в подкрепата на ръководители на проекти и младежи, особено в рамките на туристическия сектор, които искат да тестват/открият и да започнат своите дейности. Организацията дава отговор на младите хора, желаещи да създадат собствена заетост, и им предоставя нови умения и компетенции, като ги обучава в света на бизнеса. PPC се занимава всеки ден с различни сектори на обучение. PP Sud разполага с опитен персонал в областта на образованието и обучението.



3. Психология на вземане на решения при усвояване на екологично поведение в туристическия сектор

Igor Vitale International srl

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Когато сме изправени пред глобален проблем като изменението на климата, трябва да можем да оценим всички аспекти, които допринасят за решаването му.

Сред тях с изключителна сигурност можем да говорим за въздействието на индустрията върху изменението на климата, масовото използване на нерещиклируеми материали и други ефекти, които се определят от начина, по който произвеждаме енергия.

Тези елементи са лесно измерими и възможни за идентифициране. Освен това законодателство, което значително намалява тези въздействия, също може да бъде очевидно просто и вече щеше да бъде приложено, ако нямаше особено логистично и икономическо въздействие.

Усилието на Европа в момента е да насърчи екологичния преход във всички сектори, включително в туризма, за да се бори с изменението на климата.

Всъщност Европейската зелена сделка поставя целта за постигане на въглеродна неутралност до 2050 г.

Тази цел наскоро беше поставена в по-сложна ситуация чрез войната в Украйна, която също предполага енергийна криза за европейските държави, най-зависими от вноса на руски газ, и която несъмнено ще постави пречки за по-бързото постигане на неутралитет по отношение на околната среда.

В една от участващите страни, Италия, дори се обмисляше повторното отваряне на въглищни централи, за да се задоволят националните енергийни нужди.

Освен макроаспектите, има по-малко видими и разпознаваеми

фактори от макроаспектите, които са част от психологическата област, а именно: нагласите, вярванията и поведението на хората.

Правилата, колкото и точни да са, могат да се следват на практика по различни начини или дори понякога може да има само привидно съответствие

Следователно трябва да разграничаваме поне изричните норми от имплицитните, субективните. Знаейки, че неписаните правила все още оказват влияние върху крайния резултат.

Ако една община предостави иновативна система за отпадъци, но тя има много проблеми на ниво използваемост или ергономичност, крайният резултат може да бъде катастрофален. Системата може да отговаря на формалните изисквания, но да не се използва правилно на практика.

Ако ресторантът на хотела има няколко варианта за храна, които благоприятстват използването на продукти, доставени от нула км, но не успява да ги популяризира добре и следователно малко хора избират тези варианти за устойчиво произведена храна, то този аспект се отнася до човешкото поведение.

Ако даден хотел не познава някои стимули за подобряване на използването на енергията и следователно не се възползва от възможностите да подобри енергийната си ефективност, този аспект се отнася до елементи от познанията на лицето.

С други думи, човешкият фактор в борбата с изменението на климата играе важна роля, а тя е и ваша като професионалист в туризма, мениджър, вземащ решения, а и за всички участници в този бранш, включително консултанти. Можем дори да кажем, че самите потребители също играят роля в предоставянето на обратна връзка на местата за настаняване и като посочват все по-често кога определени бизнес решения са неекологични и следователно трябва да се избягват.

2. Психология на решенията

Следователно битката срещу изменението на климата се разглежда и от психологическа гледна точка, тъй като всеки от следните аспекти играе решаваща роля:

- Отношение към околната среда
- Про-екологично поведение
- Вярвания и знания относно изменението на климата
- Вземане на решения в полза на околната среда

Това, което трябва да разберем, е как да насърчаваме тези психологически елементи. Тези аспекти надхвърлят нормите. Нагласите и вярванията не могат да бъдат нормирани, но могат да бъдат насърчавани чрез развиване на критично съзнание в туристическия сектор.

И този аспект засяга всички участници в туризма, което вече е една много голяма екосистема и всички играят роля в нея:

- Местни, регионални и национални власти: тъй като те предлагат норми на местно, регионално и национално ниво, те предоставят насоки за развитие. Добре е тези правила да са добре балансирани по отношение на реалната им приложимост за бизнеса, поради което е необходим постоянен диалог с представителите на бизнеса за реално спазване на правилата и подобряване на устойчивостта по отношение на местата за настаняване. Следователно също така е добре да се извършват целенасочени комуникационни интервенции, които правят набора от правила, благоприятстващи зеления преход, лесно разбираем и оперативен.

- • Компании и големи организации, представляващи групи предприятия, като търговски камари, федерации, профсъюзи, които могат да покажат нуждите на туристическия сектор, могат да предложат подробна информация за това какви са реалните нужди и възможности на туристическата екосистема.
- Заетите в туризма могат да осигурят много интересни данни за реални туристически практики и начини за насърчаване на устойчивостта в ежедневието
- Потребителите и асоциациите на потребители могат да осигурят важна обратна връзка на туристическите компании, когато не са в съответствие с критериите за устойчивост, но също така да образуват потребителите да разберат реалното въздействие върху околната среда на определени процедури
- Училищата за хотелиерство, всички професионални институти и центрове за професионално обучение в сектора на туризма могат да предоставят ключови компетенции в областта на устойчивостта на бъдещата работна сила в туризма
- Институтите, които се занимават с оценка на качеството на местата за настаняване

Следователно има много пропуски, които трябва да бъдат запълнени и психологията на решенията играе роля във всеки от тези аспекти:

- Препятствия в знанията: трябва да се подобрят познанията по отношение на проблемите на устойчивостта; населението като цяло не е в състояние да разпознае разликите между елементите, които имат или не въздействие върху околната среда. Персоналът може

да не знае елементите на реалното въздействие на избора в туристическия сектор върху околната среда или може да не знае правилата, европейските директиви и т.н.

Регулаторни бариери: Регулациите може да не обхващат ефективно всеки сектор или да нямат оценки на въздействието върху нагласите и поведението. Спазването на разпоредбите може да бъде само външно

- Икономически бариери: може да съществуват устойчиви варианти, но те са твърде скъпи и следователно не са избрани
- Психологически пречки: след всички предишни препятствия, поведението в полза на околната среда е резултат от процес на вземане на решения, базиран на специфични психологически аспекти и нагласи и вярвания, които могат да повлияят на това как хората действително се държат

Борбата срещу изменението на климата се изразява и в подчертаване на значението на човешкия фактор и засилване на аспектите на това значение на всички нива: в училищата, университетите, в професионалното обучение на възрастни и подрастващи и с кампании, насочени към цялото население.

Според научната статия „Какво движи намерението на служителите да прилагат зелени практики в хотелите“ (Chan et al., 2014), трите компонента, които улесняват вероятността персоналът да възприеме зелено поведение в хотелите, са информираност, загриженост за околната среда и екологично поведение.

„Геймификацията на приобщаващия и устойчив туризъм в училищното образование“ се основава точно на това, за да

направи помещенията за настаняване по-приобщаващи и устойчиви чрез инвестиране преди всичко в бъдещата работна сила в сектора на хотелиерството и туризма, тоест ученици от всички училища, принадлежащи към регионите, в които се развива туризма и свързаните с него сектори (хотелиерски фирми, професионални организации по туризъм, преработка на храни, селско стопанство и др.)

3. КАК ВЪЗНАМЕРЯВАМЕ ДА ОЦЕНЯВАМЕ ВЗЕМАНЕТО НА РЕШЕНИЯ ОТ УЧЕНИЦИТЕ

За да постигнем това, ние ще създадем образователна игра за управленски умения, в която учениците ще играят ролята на мениджър на хотел и ще трябва да управляват всички проблеми, свързани с ръководенето на това заведение за настаняване.

Участниците ще бъдат поставени в редица проблемни ситуации, дилеми и сценарии, свързани с проблемите на устойчивостта и активността в хотелите.

Следователно играта ще бъде структурирана като симулация на времеви период от 20 години и предложените проблеми ще бъдат с нарастваща трудност.

По отношение на заложените проблеми ученикът ще трябва да вземе решения и ще се насърчават устойчиви и приобщаващи идеи.

Следователно алгоритъмът за вземане на решения в играта ще има двойна функция:

- насърчаване на приобщаващи и устойчиви решения
- изучаване на вземането на решения от учениците, поставени в проблемни ситуации по отношение на въпросите за включване и устойчивост
- Следователно изследването на естественото вземане на решения от учениците може да се използва:
- за изследователски цели
- с цел разбиране на начина, по който бъдещите участници в туризма вземат решения спонтанно, когато в критични и трудни ситуации по отношение на приобщаването и устойчивостта.

4. **МОДЕЛИ ЗА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЯ И КОНЦЕПЦИЯТА ЗА ОГРАНИЧЕНА РАЦИОНАЛНОСТ**

Психологията на вземането на решения се отнася до изучаването на това как хората вземат решения във всяка област от живота си. Всъщност решенията могат да засягат всяка сфера. Този сектор на науката много често се фокусира върху икономическите решения, като се има предвид, че те незабавно предизвикват значителен интерес във всички икономически участници и компании. Но това не е единственият сектор от решаващо значение, например, също така е възможно да се изследват решенията, взети в контекста на здравното поведение (приемане на специфични лечения, реално придържане към терапия) или други поведенчески решения, свързани с поемането на риск (например вземането на определени предпазни мерки по време на работа, системи за индивидуална защита).

Всеки от тези аспекти има особено значение в туризма, защото:

- решенията, които туристите вземат, със сигурност имат икономическа стойност
- изборът на храна на туристите със сигурност има отражение върху понятията за здраве и благополучие
- поведението, което засяга здравето на работниците, със сигурност оказва влияние върху здравния статус и е от решаващо значение за служителите и гостите
- поведението в полза на околната среда има въздействие върху състоянието на околната среда и също така засяга етични и морални аспекти.

Психологията на вземането на решения днес поддържа модел на човешка ограничена рационалност. С други думи, за разлика от миналото, днес се смята, че макар всеки да избира по най-удобния възможен начин, нашата рационалност има много граници: внимание, когнитивност, памет и т.н.

Следователно, при всяко решение, вместо да формулираме внимателен анализ на разходите и ползите, ние избираме преки пътища на мисълта, които правят когнитивна икономия.

Лидерът на подхода на ограничената рационалност е Хърбърт Саймън, икономист и носител на Нобелова награда за икономика през 1955 г.

Преди развитието и разпространението на теорията на Хърбърт Саймън мнозина вярваха, че основният мотиватор на икономическите решения е съотношението разходи-ползи: ако нещо струва малко и предлага много ползи, потребителят ще го купи.

И все пак много покупки имат абсолютно субективно

съотношение цена-полза.

Помислете за организиране на ваканционно пътуване, за някои хотелската стая е последното място за прекарване на времето: има удобно легло, мястото е чисто, всичко е наред.

За други има важни критерии, искате значителен комфорт на мястото, персоналът трябва да може да говори английски, за да бъде добре разбран. За други служителите също ще трябва да говорят националния си език (напр. италиански), тъй като може да не могат да общуват на английски. Човек със специфично увреждане може да има допълнителни нужди. Подобно на човек с алергия към прах, може да реагира по-негативно при дадено състояние на околната среда.

Една и съща почивка и една и съща услуга са напълно различни неща за различните клиенти.

Ние, експертите от „Игровизация на приобщаващия и устойчив туризъм в училищното образование“, искаме аспектите на устойчивостта да бъдат един от факторите, които потребителите ще разглеждат като елемент при вземане на решения.

За да се гарантира, че целите за устойчивост на околната среда са постигнати, е необходимо не само съоръженията за настаняване да са оборудвани така, че да оптимизират въздействието си върху околната среда, но и гостите да са все по-чувствителни към проблемите на устойчивостта.

В това туристическият оператор също играе основна роля, тъй като той е и образователен фактор. За да направи една почивка наистина привлекателна, туристическият оператор трябва да образова клиента за стойността на неговата оферта.

Клиентът може да не разпознае, че доматиът, който сте използвали за приготвянето на пастата, е с местен произход и е

произведен на нула км отстояние от хотела, ако не му кажете и обясните неговите особености.

Точно както клиентът може да не знае, че определен препарат или произход на вино може да отговаря на определени изисквания за устойчивост и да има конкретни предимства.

Едва ли някой клиент наистина знае в детайли значението на „органична съставка“ или „биодинамично вино“.

Туристическите компании, като придават стойност на своите офери, могат да образоват клиентите си за това. Подобряването на предлагането трябва да следва пътя на устойчивостта.

Може да изглежда като абстрактна тема или трудна за аргументиране, но всъщност просто трябва да разберете ключа за нея.

Животът на здравословни места и яденето на устойчиво произведена храна е полезно за вашето здраве. Всеки от нас иска да бъде здрав, така че това е отличен ключ за мотивиране на хората да направят устойчив избор в туризма.

Същото може да се каже за всички онези техники, насочени към насърчаване на здравословен избор на клиентите. Здравословната храна може да се насърчава, но не трябва да приемате „медицински“ тон, докато го правите.

Никой на почивка не иска да се чувства в „клиничен контекст“ или да мисли за изключително сериозни проблеми, но всеки от нас иска да запази себе си и да допринесе за устойчивостта на околната среда, а това може да е един от подходите. Следователно, за да благоприятстваме устойчивите нагласи и поведения, трябва да ги дефинираме, а това може да се направи и на психологическо ниво.

5. КАКВО Е ОТНОШЕНИЕТО

В когнитивистката рамка отношението е умствената асоциация между обект и неговата оценка. Следователно отношението в психологията не е начин на правене на нещата, а начин на мислене. Тази оценка може да бъде положителна, отрицателна, неутрална, повече или по-малко артикулирана. Освен това обектът не е непременно физически обект. Всъщност това може да бъде поведение, социален обект.

С други думи, отношението е отговорът на въпроса "какво мислиш за X?" или "как оценявате X?"

Тогава презумпцията на този въпрос е да се знае обектът на отношението. Въпреки това, грамотността по въпросите на устойчивостта може да бъде минимална.

Човек може да няма мнение или познания относно въздействието на избора на определени храни в местата за настаняване и следователно може да не е в състояние да използва тези знания по стратегически начин.

Местата за настаняване могат да дават знания за това, докато предлагат своите услуги. Просто трябва да намерим правилния ключ за насърчаване на устойчиви решения.

В следващите параграфи виждаме някои стратегии за насърчаване на устойчивия избор

6. ИНЖЕНЕРИНГ НА МЕНЮТА ЗА УСТОЙЧИВОСТ

Инженерингът на менюто е техника, прилагана за създаване на менюта с цел насърчаване на определен избор у потребителя. Чрез подреждане на стимулите, текстовете, съдържанието, цените, опциите за клиента в менюто, които искате да предпочитате, стават

по-очевидни.

Класически, тази техника се прилага, за да се облагодетелства максималната печалба (следователно не само при по-висока средна цена на клиент, но точно за това, което кара компанията да получава по-висок доход; например, предпочитане на тези продукти, които имат ниски производствени разходи и висок марж).

Важно е да гарантирате и подчертаете, че вашето заведение за настаняване има правилната икономическа стойност, в противен случай бизнесът не би бил устойчив от финансова гледна точка.

В същото време техниките на инженеринга на меню могат да се използват за насърчаване на здравословен и устойчив избор. За да направите това, можете да използвате същите методи, прилагани в класическото инженерингово меню, с някои предпазни мерки.

Междувременно можем да кажем, че крайъгълните камъни на инженеринга на меню изискват голямо разнообразие от ноу-хау:

- изучаване на човешкия фактор: общата психология и психологията на вземането на решения са някои от науките, които изучават инженеринга на менюто. Знанието, че подреждането на стимулите може да благоприятства определени избори, е елемент, свързан с възприятието, което е тема, анализирана от общата психология
- статистика: хипотезите, формулирани в инженеринга на меню, обикновено свързани с това, което ще бъде предпочитаният избор, но тези хипотези трябва да бъдат проучени и проверени индивидуално, за да се разбере тяхната коректност
- графики: изборът на визуални елементи може да

благоприятства определени био храни или да намали вероятността за покупка

Първото нещо, което трябва да направите при определянето на менюто, е да подготвите голямо разнообразие от устойчиви опции, така че те да останат основният избор във всеки случай. Всъщност винаги трябва да се признава, че устойчивостта не е единственият критерий за създаване на меню, а има и друга поредица от принципи, които трябва да се имат предвид:

1. Променливостта трябва да бъде удовлетворяваща, защото гостите, които остават за дълъг период от време, може да не искат винаги да намират едни и същи ястия. Следователно списъкът също може да бъде кратък, за да се избегне загубата на хранителни продукти и да се намали разхищаването на храна, но не можем да очакваме този кратък списък да бъде един и същ с дни.
2. Вариативността трябва също така да гарантира, че менюто е всеобхватно (напр. избягване на свинско за тези, които не го ядат по религиозни причини, предлагане на правилната вариативност за избягване на определени алергени, осигуряване на вегански или вегетариански варианти и т.н.)

Ако по-голямата част от опциите са устойчиви на екологично ниво, статистиката може да е само на наша страна. Тези елементи обаче трябва да бъдат балансирани и разумни, за да се гарантира икономическата устойчивост на едно меню. Винаги обаче трябва да помним, че без икономическа устойчивост бизнесът не съществува и тогава не можем да постигнем мисията да образуваме клиентите относно устойчивостта чрез туризма.

7. ЕФЕКТЪТ ЗА УСТОЙЧИВОСТ НА СПОНТАННОТО РЕШЕНИЕ

Ефектът на спонтанността е класически ефект на паметта, известен в психологията от 19 век. Запомняме първите елементи от списъка по-лесно от последните.

Това, разбира се, пряко се отнася до начина, по който създаваме менюта. Освен това всички ние сме обучавани да четем текст от самото начало.

Можете да използвате стратегически първия елемент от списъка по различни начини. Класически начин за използване на ефекта на предимство е да поставите абсолютно евтина опция за храна с съотношение качество - цена като първи елемент в списъка.

Ако клиентът първо прочете този елемент, той ще бъде склонен да надцени ползата от избора като цяло в сравнение с икономическата цена.

Трябва също така да вземем предвид, че най-четените елементи от списъка създават нещо като справка, която ще се използва за извършване на сравнения. Този ефект в психологията се нарича "закотвяне".

Пица за 11 евро ще изглежда скъпа, ако референтната котва е 3,5 евро. Същата пица от 11 евро ще изглежда евтина на място, където цената на котва е 13 евро или в контекст, където основно ястие се продава средно за 25 евро. Това се случва, защото първите елементи на списъка се считат за вид ментална отправна точка.

Тази логика е особено вярна за алакарт менютата, независимо дали се отнасят до ястия или услуги, предлагани от хотел (напр. можете да приложите подобни процеси към серия от СПА процедури).

В хотелите обаче има и формули за пълен пансион, които следователно нямат оферта. Формулата на олинклузив често

включва и напитки и клиентът избира между 4 варианта на ястие, без котвата да е в цената, защото такава няма.

В този случай първият елемент от списъка все още може да бъде избран от най-устойчивите възможности, за да се благоприятства техният избор.

8. АСОЦИАТИВНА ПАМЕТ И УСТОЙЧИВО СВЪРЗВАНЕ

Паметта ни работи чрез асоциации. Това е особено важно в кухнята, където комбинациите или последователността на ястията се избират въз основа на логиката на вкусовете. Чрез мъдро изготвяне на менюто или прилагане на стратегии можем да предпочетем устойчиви избори въз основа на предложените двойки. Например, избирането на рибно ястие като първо ястие води до напомняне на риба или зеленчуци като второ. Ако първият избор е здравословен/устойчив, ние ще сме склонни да асоциираме други здравословни и устойчиви избори като опции. Човек, който обръща особено внимание на първия избор, ще има тенденция да избира последователно втори вариант в същата посока.

Тази асоциативна памет може да се активира по различни начини:

- Предложете предястие или деликатесни хапки /амюзбуш/, който напомня за здравословни и устойчиви елементи. Това също ще насочи бъдещите избори в същата посока.
- Обяснете някои предложения за сдвояване в менюто. Например едно устойчиво ястие може да се свърже с биодинамични вина. Обясняването му като възможна

комбинация кара клиента да се чуди какво е биодинамично вино, да има подробна информация от сервитьора и затова да го избере. Винаги трябва да помним, че е необходимо да предоставим причина за покупка, като обясним концепциите и образуваме клиента за стойността на офертата

- Създайте устойчива последователност: напр. дегустация, базирана изцяло на устойчива или екологична кухня
- Чрез създаване на ad hoc страница само за устойчиви опции, по такъв начин, че да насочи вниманието на избрани потребители към опции от този тип (напр. „устойчиви коктейли“, „менюта с продукти от нула километра“ и др.)

Значението на насищането на менюто с устойчив избор обаче е важно, както се вижда от изследване на Parkin и Attwood (2020), наречено „Подходи за проектиране на меню за насърчване на избор на устойчива вегетарианска храна по време на хранене“. В това проучване изследователите правят оценка на факторите за дизайна на менюто, които биха могли да повлияят на избора на вегетариански храни. Разгледаните променливи бяха следните:

- Ниво на наситеност на менюто, когато сравнявате менюта с 25, 50 или 75% вегетариански опции в менюто
- Наличието на символа V за обозначаване на вегетарианската опция в конкретния избор на веганска храна

Изследването се фокусира върху хора, които не са вегетарианци, за да разбере как тези фактори могат да ги накарат да се насочат към вегетарианска опция, въпреки че това не е техният избор на храна.

Изследването вече показва, че въпреки че символът "V" може да бъде критерий, който улеснява избора на вегетарианци, тъй като обобщава за много кратко време, че животинските съставки напълно отсъстват в дадения препарат, той също би могъл да има отрицателно въздействие върху клиентите, които консумират месо, защото това им действа само като филтър за изключване.

В това проучване е установено, че реалното въздействие върху не-вегетарианците е дадено от наситеността на менюто от 75%. Само в този случай се появяват значителни разлики в броя на клиенти, които въпреки че консумират месо, по-често избират вегетариански ястия.

Символът V е предложен отляво или отдясно на текста при различни експериментални условия, за да се разбере дали това има някаква форма на ефект, но не се открива значителен статистически ефект.

Дори 50% насищане не води до увеличаване на вегетарианския избор за невегетариански клиенти. Това проучване демонстрира важността на насищането на менюто с опции в посоката, която искате да насърчите.

Следователно е необходимо да се знае, че описанието на едно ястие като вегетарианско понякога може да представлява отрицателен филтър за тези, които не се хранят вегетариански и следователно в крайна сметка намалява възможността за избор, както показват някои изследвания (Bacon & Krpan, 2018; Krpan & Houtsmā , 2020 г.). В някои от тези проучвания различни видове рамкиране спрямо здравословни храни са сравнени чрез сравняване на вегетариански, устойчиви, социални и описания без описание. Описанието на вегетарианската храна е това, което най-често води до отказ от избор на храна в предишни проучвания. Не всички проучвания ясно демонстрират филтър за изключване на избора на храна, когато става дума за вегетарианска храна, но е ясно, че тези, които се стремят да предпочитат избора на веган и

устойчива храна, трябва критично да се запитат кои са най-добрите стратегии за предпочитане на техния избор сред потребителите.

9. СТРАТЕГИИ ЗА ИНЖЕНЕРИНГ НА МЕНЮТА ЗА ВЕГЕТАРИАНСКА И УСТОЙЧИВА ХРАНА

Има много начини да подчертаете определен избор на храна и те могат да се приложат към избора, който искате да бъде предпочетен от клиентите, като например:

- Посветете конкретен раздел (напр. страница, посветена на органични, устойчиви, етични храни и т.н.)
- Добавяне на „Препоръка на готвача“. Ясно е, че това трябва да се добавя само към избори от определен тип
- Добавяне на описателен елемент. Например, определен тип ястие може да има определено описание или някои допълнителни редове за обяснение. Ясно е, че тази стратегия трябва да бъде ограничена до няколко ястия, за да се открият по отношение на вниманието в сравнение с останалите. Добавянето на дескриптори към всички възможности за избор само би пренаситило вниманието на потребителя.

10. ПСИХОЛИНГВИСТИКАТА НА МЕНЮТАТА

Психолингвистиката е от решаващо значение за създаването на успешно меню. Ключовите думи, които използваме, за да благоприятстваме устойчивия избор, са много важни, защото действат върху нашата асоциативна памет.

Всяка дума, която включваме в менюто, не е просто дума, а активира цяла поредица от мисловни асоциации. Именно върху тях трябва да работим, за да насърчим устойчивия избор. Нашето меню трудно може да разкаже всичко за кратко време, също и защото времето е ограничено, енергията на клиента е ограничена, желанието за научаване на нови аспекти по време на почивка може да бъде много ограничено.

Поради тази причина трябва да се запитаме кои думи да използваме, за да насърчим устойчиво произведената храна.

Например, много често думата "отпадък" се използва, за да говорим за онези части от съставката, които обикновено не се използват. Ясно е, че тази дума не внушава нищо добро, дори и в някакъв смисъл да е вярна.

И тогава кой решава кое е отпадък и кое не? Освен това, ако решите да включите тази съставка в рецептата, технически това не е загуба, а е неразделна част от рецептата. Това, което много хора смятат за „отпадък“, често е годно за консумация, понякога дори здравословно.

Обикновено никой не използва кора от кестени в продуктите. И все пак това може да се използва по различни начини. Например, може да се използва за опушване (за храна или дори за напитки), може да поеме декоративна роля (напр. кестенов сладолед в собствената си кожа) или дори може да бъде дестилиран и да осигури добавена стойност на продукта.

Какви свойства има кората на кестена? Необходимо е да се знае това, за да се мотивират допълнително устойчивите избори. За да се осигури икономическа устойчивост и да се запази възприемането на хотела от общността, клиентът никога не трябва да прави извода, че „хотелът предлага храна, която обикновено се счита за отпадък“, а винаги трябва да се намери конкретна причина в съзнанието на клиента. Например, малко хора знаят, че кората на

кестена може да се използва за козметични препарати. Какво ви пречи да създадете свързване между отделните услуги и да използвате повторно кората от кестени за козметични процедури? Това би било особено персонализирана услуга, защото те могат да представляват централен елемент на маска за коса, козметичен крем за лице. Освен това той е особено ефективен по отношение на икономическата устойчивост, тъй като генерира абсолютна изключителност. Тази конкретна маска за лице е произведена директно от хотела, с местни кестени и става съществен продукт за клиента.

Следователно е дошло времето да се подобри устойчивостта чрез използване на ключови думи, които могат да подчертаят определени аспекти по привлекателен начин.

Например, вместо да използвате верни, но неподходящи думи като „отпадък“, „части от съставката, които не се използват“ (не забравяйте, че никой не е решил, че не се използват) или моралистични термини, които често са склонни да бъдат отхвърляни по празници, когато по същество лицето не иска да се занимава с критични проблеми, ние се опитваме да подчертаем стойността на използването на този конкретен „отпадък“ по различни начини, например:

- Подчертайте свойствата на тази част от съставката, която не се използва
- Подчертайте креативността от използването на тази част от съставката по този начин
- Подчертайте произхода на съставката и препратете към близките места на производството ѝ или използвайте думите нула км

11. ДИГИТАЛНОТО МЕНЮ: ЗАЩО Е ВАЖНО

Пандемията Covid-19 широко насърчи използването на дигитални менюта, необходимостта да се избягва контакт с физически обекти, доколкото е възможно, накара много места за настаняване и ресторанти да възприемат формулата на дигиталното меню. Това има несъмнени предимства за устойчивостта, но не само:

- Избягвайте физическия контакт с менюто и източниците на зараза
- Когато става въпрос за менюта за деня, избягвайте непрекъснатото отпечатване на менюта и консумацията на хартия
- Що се отнася до а-ла-карт менютата, възниква същият проблем, тъй като постоянното меню трябва да се дезинфекцира всеки път и в някои продукции процедурата е сложна или трудна за прилагане.

Така че със сигурност има причини за хигиена и устойчивост, които се улесняват от електронното меню. Някои компании все още се борят да приемат тази дигитална трансформация, страхуват се от познаването на потребителите с по-малко дигитални умения, но всъщност има много решения за насърчаване на разпространението на меню и използването му дори за тези, които не са запознати с мобилните телефони. Например, възможно е да се използват - с предварително съгласие - системи за незабавни съобщения за директно изпращане на pdf с менюто или връзката към цифровото меню, ако QR кодът е труден за рамкиране или има проблеми с мобилния телефон или други условия (напр. потребител, който забравя мобилния си телефон в стаята).

Но дигиталното меню има много допълнителни предимства, които могат да ви помогнат при проектирането на менюто.

Всъщност цифровизираното меню ви позволява да:

- насочвате процесите на внимание. Хартиеното меню, освен че е по-малко устойчиво, има много други ограничения. Със сигурност влошава процесите на внимание, тъй като може да се преглежда по безброй начини, може да е твърде заредено с информация или твърде дълго. Дигиталното меню ви позволява да насочвате по-добре вниманието на клиента, като например отчитате 4 опции на страница (предястия, първи ястия, втори ястия, гарнитури, десерти)
- Дигиталното меню ви позволява да използвате по-креативно представянето на ястията, напр. чрез подобряване на определени избори с видео елементи.
- Дигиталното меню ви позволява да елиминирате изчерпаните продукти, дори по време на обслужване. Това може да се случи по-често в случай на устойчиви продукти
- Дигиталното меню ви позволява да правите експериментално използване на инженеринга на менюто по-често, като предлагате алтернативни заглавия на същите ястия и оценявате кой режим работи най-добре

Нека разгледаме подробно всяка от тези технически стъпки и след това да разберем как да подобрим тези елементи.

12. ПРОЦЕСИ НА ВНИМАНИЕ В ИНЖЕНЕРИНГА НА МЕНЮТА

Вниманието и решението са елементи, които вървят ръка за ръка. За да бъде взето решение, в нашия случай - покупка на устойчив вариант на храна, трябва да насочим вниманието на клиента по подходящ начин.

Хартиеното меню само частично ръководи процеса, защото:

- не може да се персонализира въз основа на поведението на потребителя
- няма последователност, човек може да го прочете по всякакъв начин, да прескочи цели парчета, да не ги разбере

Дигиталното меню, от друга страна, може да бъде програмирано точно както е програмирано приложението и следователно може да бъде много по-интерактивно от хартиеното меню, показващо конкретни опции само ако определени ястия са избрани или не.

Може да изглежда като тънкост, но не е. В психологията на вземане на решения говорим за „дилема на твърде многото избори“, за да обясним един общ и трансверсален процес при вземането на решения. В чисто логично-рационално отношение всеки от нас би си помислил, че наличието на много възможности за избор ни позволява да избираме по-свободно. Ако трябва да купя сладолед и имам 200 възможни вкуса, би било лесно да намеря най-добрия си вариант. Ако искам сладолед от маракуя, намирам го. Но експерименталните изследвания изглежда противоречат на това предположение, защото ако от една страна е вярно, че 200 варианта дават повече възможности от 7 варианта, когнитивното натоварване на избора между 200 различни алтернативи често кара хората да не избират и след това да не

купуват.

По същите причини меню, което е твърде натоварено с информация, е по-малко вероятно да помага на човека да избира от опциите.

Сега си представете, че искате да създадете меню на хартия, което използва съчетаването между определени ястия и органични вина. Най-вероятно ще се окажете с огромно количество информация, която ще дезориентира клиента.

Дигиталното меню, от друга страна, може да ръководи тези процеси, като по същество разделя вниманието. Например, можете да програмирате автоматично комбиниране на вино и да показвате комбинираното вино само в края на поръчката на храна или само ако изберете конкретно ястие. Чрез представянето на една част от информацията наведнъж, вниманието на клиента ще бъде управлявано по-добре и решението на клиента също ще бъде оптимизирано.

Няма конкретно вино, има проблем с една съставка? Можете да го редактирате на живо и да избегнете изпращането на опции, които не са достъпни за клиента, като по този начин избягвате разочарованието му.

Разочарованието играе много особена роля при вземането на решения и често е балансирано в маркетинговите стратегии. Много луксозни модни къщи също показват артикули, които не са налични в тяхната електронна търговия, тъй като те могат да генерират желание да се върнете към същата електронна търговия, за да се провери действителната им наличност. Или тази наличност се показва само за някои размери. Много е трудно да се мисли, че модните гиганти нямат достатъчно производствен капацитет, за да направят своите стоки винаги достъпни. По-лесно е да се мисли, че тази стратегия служи за стимулиране на чувството за изключителност и недостиг на даден актив, като по този начин

благоприятства неговата възприемана стойност.

Показването на ястие, което не е налично, може да породви желание да го опитате отново или да се върнете на определено място. Ясно е обаче, че ако това се окаже преобладаваща характеристика, това със сигурност ще бъде проблем (напр. показване на меню с 10 опции, 5 от които не са налични).

Менюто може да ви позволи да показвате или не цените на избраното от вас. Например, ако вечерята е подарък от една от страните-клиенти или е била предложена по някакъв начин, може да е по-малко елегантно да показвате цените на това, което поръчвате, като не показвате цената на артикула. Това може да се промени в дигиталното меню. Въпреки това е много важно тази процедура да не се влияе от пола. Италиански ресторант, който предлага ценови менюта само за мъже, следвайки правило, което имплицитно предполага някои клишета (напр. „мъжът трябва да плати.“), повдигна дискусия в обществените медии относно предубедената към пола комуникация в заведенията за настаняване и за обществено хранене.

Гарантирането обаче, че менюто не показва цени, може да бъде жест на персонализиране към всички онези ситуации, в които един гост иска да предложи вечеря или обяд на другия (независимо от пола на хората) и иска това да не се фокусира върху икономическата стойност на подаръка.

13. ЕКСПЕРИМЕНТАЛНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА ДИГИТАЛНИ МЕНЮТА

Какви думи да използвате в менюто? Бихме могли и трябва да отговорим по следния начин: чрез творческа употреба и стратегия при избора на най-добрите думи, които рекламират това ястие, неговата стойност и изключителност. Тези фактори

благоприятстват избора на ястия в менюто.

Вярно е също така, че това знание се развива с често интуитивен подход, чиято ефективност е трудно измерима. В края на краищата, когато решите да кръстите ястие по определен начин, никога не знаете дали различен начин би бил повече или по-малко привлекателен. За да направите това, имате нужда от експериментална процедура, за да го тествате.

Тази задача трябва да се изпълнява едновременно, тъй като статистическите анализи биха имали проблеми с валидността. Не можете да сравнявате броя на продажбите на ястие за един ден с друг. Може да имате различен общ брой клиенти, клиенти с различни нужди и дори друга сезонност.

Цифровото меню ви позволява да правите A/B тестване. A/B тестването е много усъвършенствана статистическа техника, която ви позволява да тествате различни заглавия и предварително зададени настройки на един и същ продукт едновременно. Това може да се предлага систематично в менютата. Например, може да се запита дали е по-ефективно да представим едно ястие като "прясна риба" или като "прясно уловена риба".

Всеки от нас би могъл да изложи свои собствени аргументи за това, но единственият истински и ефективен отговор относно избора на дескриптор може да бъде направен чрез тестване на двете думи едновременно, представяйки една формулировка на 50% от клиентите и друга формулировка на другия 50% от клиентите. Чрез измерване на вероятностите за избор от клиенти, подложени на едно и също ястие с различни формулировки. По този начин е възможно да се прецени дали едно или друго прилагателно създава по-голяма вероятност за избор. След това следващия път използвайте думата, която генерира повече възможности за избор.

За да приложите тази техника, трябва да имате предвид

следните аспекти:

- трябва да приложите и двете заглавия по повод едно и също събитие/ден
- трябва да имате предвид, че за да сте сигурни, трябва да предоставите менюто на много хора; 20 клиента дават пониска сигурност от 100 или 200, тъй като при 20-те клиента може да има по-вероятни намесващи и случайни фактори (напр. клиенти, които не избират ястие поради алергии или хранителни ограничения)
- и двете избрани менюта трябва да казват истината и да отговарят на правилата за комуникация с храните

Така че усилията са двойни, но резултатите могат да бъдат по-добри и могат да автоматизират процеса на събиране на информация.

За да сте сигурни, че реалните разлики между заглавията са анализирани, препоръчително е да приложите статистически тест, наречен t-тест, който ви позволява да проверите дали установените разлики между двете заглавия са статистически значими (напр. ако заглавие А е избрано в 52 % от случаите, а другият за 48% от случаите, вероятно тази разлика се определя от случайни фактори)

По този начин можете също да тествате какво прави устойчивия избор по-лесен. Разбира се, първият вариант би бил да се увеличи комплексната устойчивост на цялото меню, но винаги трябва да помним, че има някаква форма на правило. Например, някои храни за закуска за хора, които не могат да ядат глутен, трябва да се съхраняват възможно най-безопасно. Следователно става неизбежно те да имат опаковка, която не е наистина устойчива (уникална опаковка и т.н.), но в същото време е необходимо да се реши дали да подхождаме наистина приобщаващо и да позволим

закуска на всички или да не предлагаме тази услуга. По същия начин хотелът трябва да се запита колко устойчив може да бъде и доколко да гарантира други аспекти: разнообразие на офертата, всеобхватност на офертата, наличие на опции за всеки, брой опции.

14. **УБЕДИТЕЛНИ МОДЕЛИ ЗА УСТОЙЧИВО ПРОИЗВЕДЕНА ХРАНА**

Изследване на Cozzio, Volgger, Tapline и Woodside (2020) проучва различни видове убеждаващи послания в полза на избора на устойчива храна и открива нещо особено интересно по отношение на начините за избор на устойчива храна.

В това изследване, наречено „Подхранване на етичното потребление на храна на туристите: Тестване на убедителните силни страни на алтернативни послания в естествена хотелска обстановка“ целта е да се разбере кои послания са най-ефективни за насърчаване на устойчив избор на храна в естествения контекст на хотела.

Намирам за много важно този тип изследвания да се провеждат в естествена, реална среда, защото експерименталните изследвания обикновено не успяват да възпроизведат контекста на реалния живот, дори ако все още са много ефективни при поддържането на променливи под контрол.

Изследването на Cozzio и колеги предлага същата цел: да се консумират етични и устойчиви храни. Променени са посланията и стратегията на предложението. По-специално, използваните стратегии са последователно фокусирани върху следните теми.

Информационни призови: предположението беше да се даде информация, която не е непосредствено достъпна за клиента, за

да го мотивира:

- Подчертава се местния произход на съставките
- Подчертава се биологичния произход на съставките
- описват се елементите на устойчивото производство

Призиви, свързани с преживяване, тоест описват сетивните, визуалните и емоционалните елементи

Регулаторни призиви или използване на имплицитни норми в полза на избора (т.е. позоваване на всички морализаторски елементи на етичната и устойчива храна).

Това проучване разкри, че от трите вида убеждаващи стратегии именно тези, базирани на преживяванията, произвеждат най-добри убеждаващи ефекти.

15. ПРЕДИМСТВАТА НА УСТОЙЧИВИЯ ТУРИЗЪМ И ЗЕЛЕНИТЕ ПРАКТИКИ И ВРЪЗКАТА С РЕЗУЛТАТИТЕ НА КОМПАНИЯТА

Много проучвания показват, че екологичната и икономическата устойчивост могат да вървят ръка за ръка.

Например, проучването „Влиянието на зелените практики от неекологични хотели върху удовлетвореността и лоялността на клиентите в хотелиерския и туристическия бранш“ (Yusnita et al., 2017) показва, че зелените практики не само повишават удовлетвореността на клиентите, но и лоялността на клиентите. И това са ясни прогнози за икономически резултати.

Възприятията за екологични практики са положителни и на тях

се гледа с добро око от клиентите, заявява качествено проучване на Sungro, Xu, Tun Min (2016), наречено „Възприятието на гостите на хотела за най-добрите зелени практики: анализ на съдържанието на онлайн рецензиите“, този тип анализ разглежда 7370 коментара от [Tripadvisor](https://www.tripadvisor.com) и извлича цялото съдържание по въпросите на устойчивостта. Резултатите са положителни, клиентите възприемат голяма част от зелените практики като искрен елемент за насърчаване на устойчивостта и подобряване на околната среда (напр. системи за повторно използване на дъждовна вода, информация, предоставена на клиентите за насърчаване на устойчивостта и покривните изолационни системи).

ИЗТОЧНИЦИ

- Bacon, L., & Krpan, D., (2018). (Not) Eating for the environment: the impact of restaurant menu design on vegetarian food choice. *Appetite*, 125, pp. 190-200.
- Chan, ESW, Hon, AHY, Chan, W., Okumus, F. (2014). What drives employees' intentions to implement green practice in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behavior in *International Journal of Hospitality Management*, vol. 40, pp. 20-28.
- Cozzio, C., Volgger, M., Taplin, R., Woodside, A. (2020). Nurturing tourists' ethical food consumption. Testing the persuasive strengths of alternatives messages in a natural hotel setting. *Journal of Business Research*, vol. 117, pp. 268-279.
- Krpan, D., & Houtsma, N. (2020). To veg or not to veg? The impact of framing on vegetarian food choice. *Journal of Environmental Psychology*, 67, 101391.

- Parkin, B., Attwood, S., (2020) Menu design approaches to promote sustainable vegetarian food choices when dining.
- Sungpo, Y., Xu, L., Tun-Min, CJ (2016). Hotel guests' perception of best green practices: A content analysis online reviews in *Tourism and Hospitality Research*, vol. 18 issue 2, pp. 191-202.
- Yusnita, Y., Zainudin, A., Kamarzaman, J., Yahaya, I. (2017). The influence of green practices by non-green hotels and tourism industries. *International Journal of Green Economics*, vol. 11, n.1.

ЗА НАС

Igor Vitale International srls (IVI srl) е компания, предлагаща обучение и разположена във Фоджа, Италия.

IVI srl има за цел да насърчава образованието и обучението чрез специализирани курсове в сектора на училищното образование, висшето образование, професионалното образование и обучение, образованието за възрастни и младежи.

IVI srl се фокусира върху насърчаването на социалното включване, справедливите практики на корпоративната социална отговорност, подобреното валоризиране на психологическите инструменти и приложението им на всички нива.

Компетенциите на експертите на IVI srl включват:

- Приложна психология: експертите на IVI srl са сертифицирани психолози със задълбочен опит в няколко области на интервенция, включително: клинична психология, психология на изкуството, трудова и организационна психология, социална психология, психология на туризма и съдебна психология
- Психометрия и изследвания: експертите на IVI srl имат компетенции в създаването на психометрични инструменти и

въпросници за психологическа оценка, анкети, въпросници за измерване на нагласи и поведенчески анализ. Членовете на IVI srls имат компетенции в приложната статистика и изследванията, необходими за правилното отчитане и анализ на данни

- Създаване на цифрово съдържание: експертите на IVI srl са експерти в създаването на цифрово съдържание, като могат да програмират уебсайтове, имейл кампании чрез автоматични отговори, кампании в социалните медии, онлайн копирайтинг и графики. Основателят на IVI srl е създал уебсайт с повече от 1 милион гледания на година, 24 цифрови съдържания, които могат да бъдат изтеглени безплатно с образователни цели и имейл кампании с повече от 54 000 потребители. Експертите на IVI srl могат да създават образователни уеб приложения, съвместими с Android.
- Създаване на видео и фотография: експертите на IVI srl имат компетенции в областта на видео продукцията и други материали, включително фотография, изкуства, видео създаване, професионално аудио създаване за образователни цели
- Корпоративна социална отговорност: мисията на IVI srl е да насърчава социалната отговорност в работните условия
- Организация и провеждане на курсове за обучение и международни конгреси: IVI srls включва експерти, специализирани в създаването на курсове за обучение и неформално образование, като се вземат предвид всички нива на създаване на курсове: анализ на нуждите, организация, внедряване, докладване и оптимизиране

IVI srl може да осигури подходящо въздействие на разпространението на материалите на проекта чрез онлайн канали, включително следните ресурси:

- 1 уебсайт на основателя, имащ 1 милион гледания за година

- 1 система за автоматизация на електронна поща с повече от 54 000 абонати, интересуващи се от образование
- 1 Facebook страница, посветена на психологията („Psicologia“) с повече от 36 000 последователи
- 1 Youtube страница „Igor Vitale“, с повече от 14500 абонати и 2 милиона гледания

Тези ресурси ще бъдат използвани за насърчаване на разпространението на съдържанието и материалите на проекта до съответните членове на целевите групи и за достигане до определен брой външни организации, които да участват в използването и валоризирането на материалите на проекта.



4. Как да насърчим приобщаващите туристически дейности

Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Опазването и съхраняването на околната среда е глобален проблем за човечеството днес. Техническият прогрес носи със себе си, наред с много ползи за човечеството, множество лишения, както и множество вещества, наречени "замърсители", които заплашват да унищожат околната среда.

Развитието на туризма, опазването на природата, нейните природни ресурси, биологичното разнообразие и екологичните структури, които го определят, е въпрос от национална значимост.

Планирането на туризма е интердисциплинарен процес, включващ икономика, организация на туризма, екология, природни науки, архитектура, география, психология и социология и изисква подробни проучвания на района и оценка на въздействието на туризма върху околната среда.

Ненационалното индустриално и туристическо развитие води до неочаквани явления и показва, че околната среда вече не може да поеме множеството отпадъци, резултат от различни човешки дейности. Замърсителят може да бъде твърдо, течено, газообразно вещество или под формата на енергия (електромагнитна, йонизираща, топлинна, шумова или вибрационна радиация), която, когато се разпространява в околната среда, променя нейния баланс и причинява щети на живи организми или материални блага.

Директното въздействие на замърсители, изпуснати в атмосферата от определен източник, възниква в относително непосредствена близост до него, на разстояния, вариращи от десетки метри до стотици километри, в зависимост от силата на емисиите на източника. Когато този източник е разположен в гъсто населена градска зона, най-важният фактор, изложен на прякото въздействие на замърсителите, е човешкият, като той поема замърсителите от атмосферата чрез вдишване.

Праховите частици от находищата на въглища и отлаганията от шлака и пепел също могат да допринесат за замърсяването на въздуха. Чрез разнасяне на частици при силни ветрове атмосферата се натоварва със седиментиращи и суспендирани частици, подземните води се засягат също и в резултат качеството на водата се влошава, растителността и горите се увреждат от незаконно, неконтролирано обезлесяване, което не дава на природата достатъчно време за възстановяване. Фауната също е засегната от пряката промяна на жизнената среда, включително водната фауна поради потреблението на вода в селското стопанство и използването на пестициди. Има преки последици за околната среда и над земята чрез повишаване на температурата на водата, например на река Муреш надолу по течението през лятото с около $3\div 7^{\circ}\text{C}$. Природните бедствия, които наскоро върхлетяха света, са драматично предупреждение за хората, живеещи в конфликт с околната среда. Телевизионни кадри на райони, унищожени от наводнения и бури, и изображения на безброй градове и села, наводнени или просто отнесени от други извънредни ситуации, карат туристите да се замислят, докато търсят безопасни и спокойни дестинации.

Ураганите, торнадата, пожарите и наводненията са природни явления, които имат опустошително въздействие върху общностите и районите, в които живеят. За някои общности единственото решение в такива ситуации е да се преместят, т.е. да се преместят за постоянно от текущото си местоположение, далеч от наводнените равнини, далеч от заплахите на природата. За други устойчивото развитие означава ограничаване на броя на новите сгради, особено в уязвимите райони, издигане на конструкции за намаляване на риска от наводнения или изграждане на по-здрави, по-издръжливи съоръжения, които са по-малко изложени на риск. Едно е сигурно: спешно са необходими мерки за намаляване на бъдещите загуби.

През последните години всички страни са изпитали влошаване

на околната среда в резултат на неефективно и неконтролирано използване на енергия и индустриално развитие и са въвели закони за защита на околната среда. С течение на времето необходимостта от контрол и предотвратяване на замърсяването става все по-належаща. В Румъния това също е ясно посочено в принципите и стратегиите за развитие, определени в глава 1 от Закон 137/1995 – Закон за опазване на околната среда.

2. ТУРИЗЪМ И КАЧЕСТВО НА ОКОЛНАТА СРЕДА

1.3. Въздействието на околната среда върху туризма

Без пътуване няма туризъм, така че концепцията за устойчив туризъм е тясно свързана с концепцията за устойчива мобилност. От това могат да се направят две важни заключения: зависимостта на туризма от изкопаемите горива и ефектът на туризма върху изменението на климата. 72% от емисиите на CO₂ от туризма идват от транспорт, 24% от настаняване и 4% от местни дейности. Когато се вземе предвид въздействието на всички емисии на парникови газове, само авиацията може да представлява до 75% от въздействието на туризма върху климата.

Международната асоциация за въздушен транспорт (IATA) се стреми към икономия на горивата от 2% годишно до 2050 г., за да бъде реалистична. Въпреки това авиокомпаниите „Еърбъс“ и „Боинг“ очакват въздушните пътнички километри да се увеличават с около 5% годишно, надхвърляйки всякакви печалби в ефективността. До 2050 г. други сектори на икономиката са си поставили за цел значително да намалят емисиите на CO₂, но туризмът вероятно ще представлява 40% от глобалните въглеродни емисии. Основната причина е нарастването на средното изминато разстояние от туристите, което от много години

расте по-бързо от броя на извършените пътувания. „Устойчивият транспорт вече е установен като критичен проблем, пред който е изправена глобалната туристическа индустрия, а тя е осезаемо неустойчива и авиацията е в основата на този проблем.“

Феноменът на замърсяване се засилва от движението по пътищата. Пътуването до туристически дестинации, особено ако разстоянията не са големи пътуването се извършва или с автобус, или с личен автомобил. Вредното влияние на автомобилния туризъм се усеща и от увеличаването на трафика в морските курорти. При липса на ограничения за достъп до курортите и зоните за паркиране, автомобилният туризъм променя качеството на въздуха и има отрицателно въздействие върху конкретни спа процедурите.



Fig. 1.1. Тежък уличен трафик

Разрушителните действия на някои туристически дейности се изразяват главно в нецелесъобразно използване на околната среда за отдых и свободно време, съчетано с брутална човешка намеса в ландшафта и природните ресурси.



Fig. 1.2. Неконтролирано изхвърляне на отпадни води

В райони с висока привлекателност се предпочитат дейности, които застрашават качеството на околната среда. Такива зони обикновено са туристически атракции, разположени извън маркирани и специално разработени маршрути, където туристическият трафик обикновено е неконтролиран.

Неконтролираният туристически трафик при природни или създадени от човека туристически атракции често причинява необратими щети на някои от елементите, които са ги утвърдили като туристически атракции (унищожаване на растителност и фауна, увреждане на дървета, особено на фиданки, браконьерство, деградация на ландшафта и други).



Fig. 1.3. Къмпинг и паркиране на превозни средства на дивия плаж във Ваду

Друг основен проблем са задръстванията в градовете. Хората на различни места по света създават нови градски площи с размерите на Ванкувър всяка седмица. Това е само една статистика от голямо проучване, което твърди, че до 2030 г. големите градове в света ще имат огромни площи, които се равняват на една малка държава. Безсистемното развитие на туристическите места, особено курортите, доведе до интензивно заемане на пространството с туристически сгради, някои от които дори неугледни и неподходящи за района.





Fig. 1.4. Пояна Брашов

Fig.1.5. Румънското крайбрежие

Отдихът има отрицателно въздействие върху растителността. Растителната покривка е засегната поради утъпкване от посетители, което води до намалено размножаване на семена. Дърветата в зоните за отдих се повреждат от рязане на клони или нарушаване на целостта на кората.



Fig. 1.6. Въздействие върху растителността



Fig. 1.7. Хаос на площадката за барбекю



Fig. 1.8. Нелегална сеч

Депата за отпадъци са сред целите, признати като оказващи въздействие и риск за околната среда и общественото здраве поради липса на планиране и лоша експлоатация.



Fig. 1.9. Депо за отпадъци на супермаркет

Животът на дивите животни е нарушен поради туристическите превозни средства, шума, който произвеждат. Присъствието на хора и човешката дейност в местообитанието на дивата природа причинява стрес на различни видове. Дивите животни са засегнати от промяна на местообитанията, фрагментиране или унищожаване. Като цяло развлекателните дейности водят до намаляване на пространството и специфичното екологично разнообразие, принуждавайки животните да се приспособяват към присъствието на хора в пространството, където живеят и се хранят.



Fig. 1.10. Въздействие на туризма върху животните

Качеството на водата е друг проблем, който предизвиква голяма загриженост. Замърсяването на водите е видим фактор в очите на посетителите. Ерозията, къпането, отводняването, произволното изхвърляне на боклук водят до увеличаване на неразтворимите вещества, намаляване на прозрачността на водата и удовлетворението на посетителите. Разбира се, има и патогени, вредни за хората, като ламблията е едно от най-честите заболявания, разпространени в природни зони.



Fig. 1.11. Въздействие на човешката дейност върху водите



Fig. 1.12. Маслени петна по водната повърхност



Fig. 1.13. Пясъчна буря

Fig.1.14. Oltchim Rm. Vâlcea

1.4. **Позитивно въздействие**

Туризмът е един от най-важните бранцове на икономиката и непрекъснато се разраства. Все повече хора се интересуват от изследване на нови и отдалечени дестинации и култури. По този

начин районите с изключителни природни ресурси привличат все повече и повече посетители, още повече, че предлагат и възможност за опознаване на традициите и обичаите на други култури. Когато туризмът и околната среда съществуват в хармония, околната среда печели от туризма. Има много такива примери, повечето от които попадат в един от двата типа: опазване на околната среда и рехабилитация.

Консервация означава опазване и информирано използване на естествената и създадената от човека среда. Опазването и туризмът често вървят ръка за ръка. Много исторически и археологически паметници са спасени от унищожение благодарение на интереса на туристите към тях. Стотици къщи с историческа стойност в Обединеното кралство днес биха били нищо повече от руини или отдавна разрушени, ако не са били ценни за туристите. Не само величествени къщи и замъци са били спасени по този начин. Музеят Биймиш, близо до Нюкасъл, е музей на открито, който включва голям брой скромно изглеждащи сгради като колиби на миньори и магазини, датиращи от началото на 20 век. Те са били спасени от разрушаване поради стойността им като туристическа атракция.

Навсякъде по света околната среда се е възползвала от туризма по различни начини. Няколко страни от Източна Африка, като Кения и Танзания, създадоха огромни национални паркове и резервати за дивеч с цел опазване на дивата природа, най-известните от които са Масай Мара и Серенгети. Те са направили това, знаейки, че дивата природа е най-важният природен ресурс, който привлича туристи в Източна Африка. Парковете и природните резервати са успели да защитят много видове, които иначе биха били унищожени от неконтролиран лов. Днес в Кения има 13 национални парка и 24 резервата, представляващи около 7,5% от територията на страната. Туризмът не само осигурява стимул за опазване на естествената и създадена от човека среда, но също така осигурява парите, необходими за опазването ѝ: част

от приходите от туризъм могат да се използват за опазване на околната среда. Например, много енории в Англия използват даренията, които получават от посетителите, за ремонт и реставрация.

Реставрацията означава връщане на сграда или район към живот и съживяването им като нещо различно от първоначалното им състояние. Докато опазването включва запазване на околната среда във възможно най-близка до първоначалната ѝ форма, рехабилитацията включва значителна промяна в използването на околната среда. Много сгради и райони са спасени чрез туризма, като са рехабилитирани като туристически атракции или туристически места за настаняване.



Fig. 1.15. Замъкът Пелеш

Развитието на туристическия сектор в дадена област също има положителен ефект върху определени икономически отрасли, тъй като търсенето на стоки и услуги може да стимулира

модернизацията на туристическите структури и да даде тласък на засегнатите сектори и отрасли. В същото време не трябва да се пренебрегва въздействието, което международният туризъм може да има върху икономиката на дадена страна, подобно на това на експортните индустрии.



Fig. 1.16. Дефилето Бикас

Туризмът е един от най-важните браншове на икономиката и непрекъснато се развива. Все повече хора се интересуват от изследване на нови и отдалечени дестинации и култури. По този начин районите с изключителни природни ресурси привличат все повече и повече посетители, още повече че предлагат и възможност за опознаване на традициите и обичаите на други култури.



Fig. 1.17. Зимни обичаи в Марамуреш

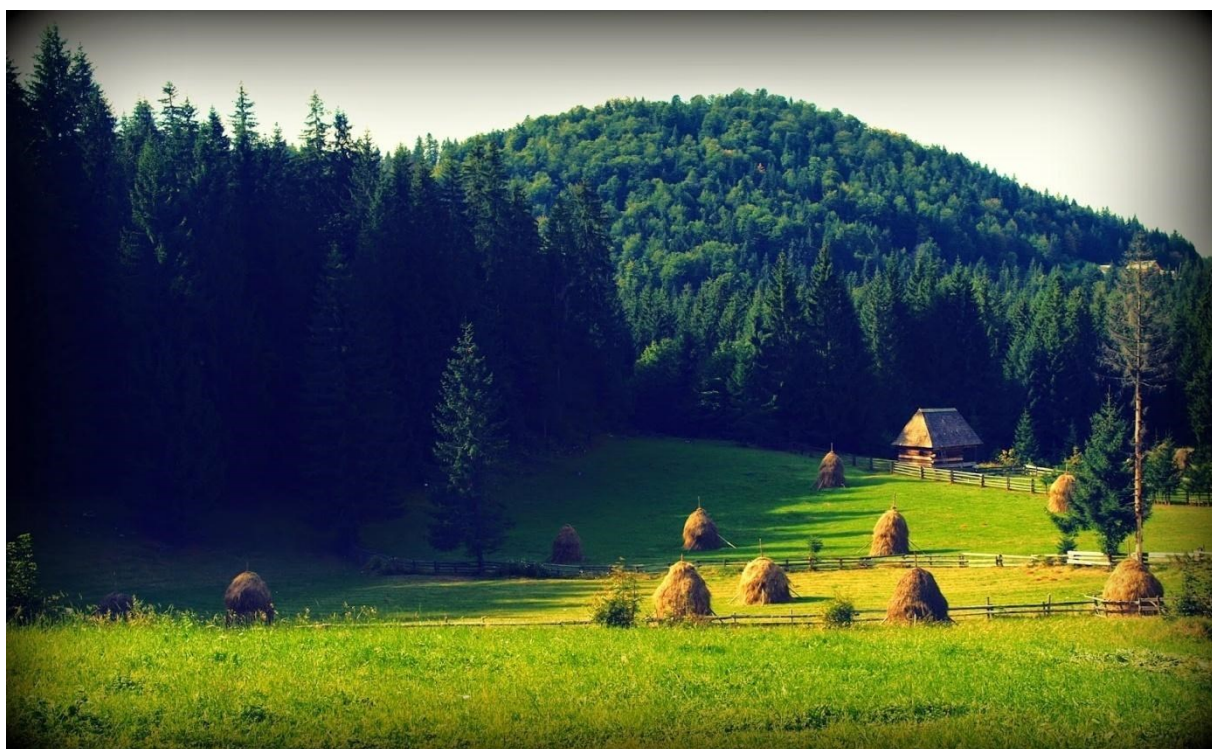


Fig. 1.18. Живописна Румъния

1.5. **Устойчив туризъм**

Устойчивият туризъм е туризъм, който отчита своето настояще и бъдеще, нуждите на посетителите, нуждите на туристическата индустрия, околната среда и приемните общности. Туризмът включва транспорт до дестинацията, местен транспорт, настаняване, развлечения, отдих, храна и пазаруване. Всички сме съгласни, че развитието на туризма трябва да бъде устойчиво, въпросът е как да го постигнем?

Има много дефиниции и разбирания за отговорен туризъм. Според Центъра за отговорен туризъм, той може да се определи като „туризъм, който увеличава максимално ползите за местните общности, минимизира отрицателните социални или екологични въздействия и помага на местните хора да запазят крехките култури и местообитания или видове“. Отговорният туризъм включва не само отговорност за физическата среда, но и включване на информираност за икономически и социални взаимодействия, докато устойчивият туризъм се фокусира повече върху въздействието върху околната среда.

Отговорният туризъм се счита за поведение. Това е повече от форма на туризъм, тъй като представлява подход за участие в туризма, независимо дали като турист, бизнес, местни общности или друг вид връзки с туризма. Той подчертава, че всички заинтересовани страни са отговорни за вида туризъм, който развиват или участват. Това гарантира, че доставчиците на туристически услуги и купувачите или потребителите са отговорни. Докато различните групи ще виждат отговорността по различни начини, общото разбиране е, че отговорният туризъм трябва да включва подобряване на продукта. Туризмът трябва да стане "по-добър" в резултат на отговорен подход към него.

Устойчивите практики в туризма могат да намалят въздействието на му по няколко начина:

- чрез изучаване на културата, политиката и икономиката на посетените общности
- познаване и зачитане на местните култури, очаквания и предположения
- подкрепа на целостта на местните култури чрез фаворизиране на туристически фирми, които съхраняват културното наследство и традиционните ценности
- подкрепа на местните икономики чрез закупуване на местни стоки и участие в малък и местен бизнес
- опазване на ресурсите чрез търсене на бизнеси, които са екологични и използват най-малко количество невъзобновяеми ресурси.

Все по-често туристическите дестинации и операции се застъпват и следват „отговорния туризъм“ като път към устойчив туризъм. Следователно стълбовете на отговорния туризъм са същите като тези на устойчивия туризъм – екологична цялост, социална справедливост и икономическо развитие. В отговорния туризъм хората, организациите и предприятията са приканени да поемат отговорност за действията си и въздействието от тях. Това изместване на акцента се случва поради няколко причини.

Местните общности се възползват от устойчивия туризъм чрез икономическо развитие, създаване на работни места и развитие на инфраструктурата. Приходите от туризъм носят икономически растеж и просперитет на привлекателни туристически дестинации, което може да повиши жизнения стандарт в общностите, живеещи в тези дестинации. Операторите на устойчив туризъм се ангажират да създават работни места за членовете на местната общност. Увеличаването на приходите от туризъм в даден район действа като двигател за повишено развитие на инфраструктурата. Тъй като туризмът изисква растеж в дадена дестинация, е необходима по-

стабилна инфраструктура, която да поддържа както нуждите на туристическия бранш, така и на местната общност.

Налице е популяризиране на практики за устойчив туризъм около местно или общностно управление на туристически места. Тази форма на туризъм се основава на предпоставката, че хората, които живеят в близост до даден ресурс, са в най-добра позиция да го опазят. Това означава, че туристическите дейности и бизнеси се развиват и управляват от членове на местната общност и със сигурност с тяхното съгласие и подкрепа. Устойчивият туризъм обикновено включва опазването на ресурсите, които са ценни за туризма. Местните управляват бизнеса и са отговорни за популяризирането на послания за опазване на околната среда.

Водещият принцип на развитието на туризма в защитените територии трябва да бъде рационалното използване на всички природни, човешки и културни ресурси по начин, който осигурява висока удовлетвореност на туристите и балансирани възможности за развитие на засегнатите селски региони.

Списък на туристическите дейности, съвместими със защитените територии:

- Изучаване на природата, флората и фауната;
- Фотография, пейзажна живопис;
- Планински туризъм;
- Планинарски дейности;
- Пещерна дейност;
- Гмуркане;
- Пешеходен туризъм пеша през лятото, каране на ски през зимата;

- Каране на колело или кану в малки групи;
- Посещения на културно-исторически и етнографски забележителности в околните населени места;
- Запознаване и изучаване на традиционни занаяти (грънчарство, тъкачество, художествена обработка на дърво, стъклопис и др.);
- Посещение на екомuzeи в защитени територии;
- Гледане на филми, документални консултации и научни материали за защитените територии в туристическите приемни центрове.

1.6. **Примири за устойчива околна среда**

Хармоничната природна среда е една от основните предпоставки за успешна и устойчива туристическа оферта. Стълбът, на който се основава екологичната устойчивост, се състои от пет елемента: климат, природно богатство, замърсяване, енергия и вода. Този стълб представлява цялостното визия на дадена страна по отношение на околната среда, биоразнообразието и природните ресурси.

Мозамбик е на едно от челните места по отношение на екологичната устойчивост. В страната има много национални паркове и защитени територии, управлявани от самата местна общност. Хората тук защитават биоразнообразието, като предлагат туризъм сред природата, който е алтернативен източник на доходи.

Словения също включи устойчивия туризъм в маркетинговата стратегия на страната с успешната кампания I Feel sLOVEnia. Словенската държава е един от основателите на Коалицията за

бъдещето на туризма и член на Глобалния съвет за устойчив туризъм. Белгия възприе подход за регенеративен туризъм, а Индия работи върху прехода към възобновяема енергия, за да помогне за намаляване на емисиите.

Всяка дестинация е изправена пред свой набор от предизвикателства за поддържане на здравословна среда. Създаването на стойност е фундаментално за успеха в това отношение. Една от ефективните мерки в това отношение е фактът, че сумата, събрана от разходите на посетителите, се предоставя на местните общности. Съществува също така необходимост от насърчаване на по-дълги посещения от туристи и по-високи дневни разходи от тяхна страна, насърчаване на местните оператори и сериозно отношение към сезонния туризъм.

В международен план страните с дългогодишни туристически традиции възприемат национално планиране на туризма, основано на защитата на техните собствени туристически ресурси. За да развият устойчив туризъм, те са обмислили три основни цели:

- икономически - от съществено значение при идентифицирането, експлоатацията и увеличаването на използването на туристическите ресурси;
- социални - по-специално чрез постоянство на населението, увеличаване на заетостта, подпомагане на практикуването на традиционни занаяти и привличане на населението към туризъм;
- екологични - важни за избягване на деградацията и замърсяването на околната среда и осигуряване на балансирана, дългосрочна експлоатация на туристическите ресурси.
- Сред основните дейности за опазване и опазване на околната среда и туристическия потенциал са следните:

- опазване на природни и създадени от човека туристически ресурси за продължителна употреба в бъдеще;
- повишаване на стандарта на живот за местните общности;
- по-добро познаване и осъзнаване, както сред местното население, така и сред посетителите, на идеята за опазване на околната среда;
- участието на властите и икономическите агенти в прилагането на всички компоненти на устойчивия туризъм;
- участието на медиите, от които туристическата индустрия става все по-зависима.

По отношение на туристическия потенциал на Румъния, основните действия, насочени към опазване и опазване на околната среда и туристическите ресурси, са следните:

- научно, рационално използване на туристическите ресурси, така че степента на експлоатация да не надвишава степента на рециклиране и регенериране;
- управлението на туристическите ресурси в контекста на експлоатацията на всички природни ресурси и опазването на околната среда;
- адекватното и високо ниво на планиране и организация на зони, маршрути и цели от туристически интерес;
- организацията и рационалното туристическо използване на националните паркове и природните резервати, като се гарантира тяхното опазване;
- подходяща организация на планинските райони;

- обновяване на техническата и материалната база на туризма с цел осигуряване на конкурентоспособен и природосъобразен туризъм;
- обучение в цялата страна по темите за околна среда и туристически потенциал.
- развитие на екологично съзнание сред населението и чувство на любов и уважение към нацията, създадените във времето исторически забележителности и паметници на изкуството и архитектурата. Това може да се постигне чрез устойчиво образование за околната среда и туристическия потенциал, което трябва да се провежда в цялата страна, възпитавайки отношение на уважение и отговорно поведение към природните ресурси за тяхното опазване.

Въпросът за опазването и опазването на околната среда и туристическите ресурси трябва да се разглежда като концепция от същото ниво на важност като въпросите на общото икономическо развитие.





Fig. 1.19. Биосферен резерват „Делтата на Дунав“

Екологичното образование за опазване на природата и туристическия потенциал трябва да бъде постоянна характеристика, започваща от детството и подпомагана от образователни институции от всякакъв вид и степени. След това може да бъде доразвито чрез медиите в общности на „приятели на природата“, чрез различни специализирани публикации и от туристически водачи по време на екскурзии.

В първата фаза, ако туристическите дейности са внимателно планирани и проведени, проблемите на околната среда могат да бъдат решени от самото начало. В това отношение изборът на района, „засегнат“ от екотуристическото споразумение, е решаващ, за да се избегнат по-късни конфликти с околната среда, например:

- ограничаване на щетите върху ландшафта чрез:
 - местоположението на курорта
 - организиране на транспорт
 - архитектура
- зачитане на отговорностите на:
 - местни власти

- икономически оператори
- местното население
- оценка на въздействието върху околната среда в съответствие с директивите на ЕС, като всяка страна-членка е длъжна да въведе в националното законодателство разпоредби, свързани с въздействието върху околната среда на големи туристически и други проекти.

Те са част от концепцията за устойчиво развитие и са групирани в няколко категории:

- планиране на място, което се отнася до разполагането на туристическата инфраструктура и системи извън зони с естествен риск, като се поддържа баланс между сгради и зелени площи;
- правила за развитие, приложими към изграждането на туристически съоръжения и съоръжения като:
- озеленяването и естетиката на туристическите съоръжения и обекти придават естетически привлекателен и релаксиращ вид. Целта на такова озеленяване е двойна: за естетически цели, а също и създаване на подходяща среда, опознаване на местната растителност и маскиране на по-малко приятни характеристики.
- инфраструктурно инженерство, което трябва да отговаря на международните стандарти, за да гарантира безопасност и качество на околната среда.
- инженеринг на туристически конструкции, изисквани от набор от световни стандарти за безопасност като:

- съответствие с техническите, строителните, якостните норми;
- качество на инсталациите: отопление с възстановяеми източници;
- улесняване на движението в опасни условия.
- стандарти за качество на туристическите съоръжения, които са определени както на национално, така и на регионално ниво и се намират във всички туристически съоръжения за настаняване чрез правила за класификация и поддръжка, въз основа на които се получава лицензът за работа в тази категория:
- плътността на застрояването по отношение на зоните за отдих;
- ограничаване на височината на сградите спрямо околната среда и архитектурата на обекта за хармонично вписване в терена;
- отдалечаването на сградите и тяхното разположение по отношение на общите елементи на транспортната инфраструктура (пътища, железопътни линии, летища);
- развитие на паркинги извън пътищата за достъп;
- достъп до плажове, ски писти и до лечебни центрове и източници;
- разпоредби, свързани с физическата безопасност на туристите;
- уважение към традиционните, местни и национални архитектурни стилове. Трябва да се спазва хармонията между сградите;

- конфигурацията на покривите, която влияе върху външния вид на сградите;
- използването на местни строителни материали;
- съобразяване на климатичните условия;
- адаптиране на туристически сгради за настаняване на възрастни хора и хора с увреждания.

3. Обучаемите в помощ на устойчивия туризъм

3.1. Обучение за придобиване на умения за добри практики

Настоящата образователна система е изправена пред редица предизвикателства, когато става въпрос за предоставяне на практическо обучение на учениците, така че те да могат да бъдат интегрирани в днешния променящ се пазар на труда след като напуснат училище. Следователно, в допълнение към теоретичните знания и умения, учениците трябва да придобият способности и умения, особено предприемачески умения. Моделът „компания за упражнения“ има за цел да предостави някои инструменти за решаване на проблеми, свързани с практическото обучение на учениците, чрез създаване на модел на виртуална компания за учебни цели в класната стая /група ученици, симулираща дейностите на реално икономическо предприятие и спазвайки принципите на работа на истинска компания/.

В рамките на този модел за упражнения обучаемите могат да придобият няколко бизнес умения, сред които можем да споменем:

- изготвяне на бизнес план;

- разработване на маркетингови проучвания;
- разработване на мисията, целите и структурата на организацията;
- изготвяне на автобиографии, писма за кандидатстване, работни поръчки, отчети за дейността и др.
- изготвяне на счетоводни документи;
- работа с компютри и друга IT техника и др.

Такова упражнение се основава на учене чрез правене, имитация на реална работна ситуация с образователни цели. Това е симулация на реална фирма, отразяваща операциите на реалния бизнес свят в избрания бранш. Практикуващата фирма има следните характеристики:

- функционира като лаборатория за теоретично и практическо икономическо обучение;
- работи като истинска фирма, но с виртуални пари и стоки, в съответствие с практиката и законите, специфични за националната икономика;
- формира знания за работното място, под методическото ръководство на учителя;
- предлага възможност за включване на експерти от практическата сфера в учебния процес;
- грешни решения, които в действителност биха създали сериозни проблеми, тук нямат критични последствия, но осигуряват учебни ситуации

Централният офис на ROCT отговаря за връзката между тренировъчните компании и външната среда, предоставяйки

услугите, от които се нуждаят, за да гарантират, че тяхната работа симулира възможно най-близо работата на истинска компания.

Централният офис на ROCT е този, който упълномощава, координира и съветва фирмите за този тип обучения в Румъния, но също така ги интегрира и представява в националната и международната мрежа. ROCT симулира дейностите, извършвани от държавните институции за предоставяне на необходимите услуги за функционирането на фирмите за практически обучения (Търговски регистър, къщи за гости, Администрация на публичните финанси и др.), действа като банка, осигурява обмен на информация и комуникация между фирмите за практически обучения в страната и чужбина, подпомага, организира и наблюдава различните конкурси и проекти, свързани с дейността на тези фирми.

3.1.1. **Практически казус: Къща за гости Салтелута**

Къща за гости *САЛТЕЛУТА* се намира на 10 км от ски пистата в туристическата зона Войняса. Тази година завършиха ремонтните дейности, като бяха подменени всички съоръжения в стаите и баните. Новите мебели са изработени от масивно дърво и имат специален дизайн. Завършен е и закритият басейн, който ще допълни спа зоната, състояща се от джакузи, солна стая, сауна и фитнес зала. Конферентната зала е модернизирана и оборудвана с нова съвременна техника. Всички стаи са с балкон. Ресторантът на хотела е на самообслужване, но можете да поръчате и а ла карт. Недостатък е, че последната поръчка се приема в 21.00 часа, а ресторантът затваря в 22.00 часа. Затова ски ентусиастите, които остават на пистите до затварянето им (21:00), предпочитат вечер да се хранят в близкия ресторант, който има удължено работно време и тематични вечери. Ски училището е друга възможност, от която туристите могат да се възползват. Тези, които искат да се

научат да карат ски и нямат екипировка, могат да я наемат с 50% отстъпка, ако се запишат за уроци с инструкторите на школата. В близост до къщата за гости има три вили, в които можете да отседнете на по-ниски цени от тези в Къща за гости *Салтелуца*. Те все още не са модернизирани. Работата по нова ски зона може да повлияе на дейността на курорта. Модернизацията и разширяването на туристическата зона също ще увеличи конкуренцията. Кризата на човешките ресурси на пазара на труда също оказва влияние върху дейността на компанията като промените в законодателството и настоящата икономическа ситуация. Според последни новини сегашното правителство може да издаде наредби, които да улеснят частния туристически бизнес.

В практикуващата фирма, тъй като работата се извършва от отдели, този метод често се използва за улесняване на обучението чрез ротация на студентите във всеки отдел, като по този начин участват в специфични дейности и допринасят за всички дейности на фирмата.

Пример: за да разработите стратегия за развитие на компанията, разделете екипа на компанията на четири групи според маркетинговия микс, т.е. четири теми за обсъждане: политика за продукти/услуги, ценова политика, политика за разпространение и политика за промоция. Залата ще бъде организирана така, че да има четири кръгли маси (всяка за една дискуссионна тема), на които ще има дъска (на която е написана дискуссионната тема), цветен маркер (различен за всяка тема) и евентуално документационни материали (каталози, брошури и др.), бисквити и кафе/чай. В първия етап всяка група ще седне на маса, където ще обсъди и запише идеите си на дъска в рамките на определеното време (3-5 минути). Когато времето изтече, групите ще се редуват, спазвайки реда до края на дейността (по часовниковата стрелка) и ще обсъждат и записват нови идеи, свързани с темата, които не са намерени, както е написано от първата група, с маркера, с който е започнато. Следват още два

кръга, така че всяка група ученици да достигне до от резултатите от работата в групи. Попълнените табла могат да бъдат окачени на стената на класната стая и всеки ученик да има възможност да прочете всичко, което е попълнено от всяка група. В последния етап се прави синтез по всяка от обсъжданите теми и се записват ценните идеи, които ще формират основата за постигане на стратегията за развитие на компанията.

След анализа на реалното състояние на фирмата и следвайки основната цел на компанията, която е да се направи икономическата дейност на къщата за гости по-ефективна, учениците поставят следната теза:

Най-голям дял от разходите на фирмата заема консумираната енергия. Осветлението, отоплението, потреблението на вода са голяма финансова тежест. Търсят се решения. Преминаването към зелена енергия е най-възможното. Взето е решение къщата за гости да се оборудва с фотоволтаични панели, които могат да преобразуват светлината (слънчевата енергия) в безплатно електричество.

Знаем, че държавата подкрепя оборудването на домакинствата и бизнеса с такива панели, затова се търсят програми, чрез които компанията да получи безвъзмездни средства за оборудване със зелена енергия.

Устойчивият туризъм изисква подкрепа за малките местни производители, така че ръководството взема решение да доставя основни нетрайни хранителни продукти: месо, мляко, яйца, зеленчуци, плодове и продукти от тях от местни фермери. Това значително съкращава времето за транспортиране на храната, тя пристига прясна за туристите, популяризира екологичната страна на туризма и местната гастрономия. Идентифицират се местните производители в района.

Без опит в преподаването, обучението на деца или възрастни,

опит само като обучаеми в класическата форма лице в лице, но също и като потребители на образователни платформи и онлайн приложения, специфични за дистанционно обучение, в тази студия опитахме да представим накратко някои от виртуалните инструменти, използвани в процеса на преподаване-учене-оценка. Ще се опитаме да се поставим на мястото на учителя, който трябва да избере сред множество приложения тези, които най-добре отговарят на преподаваните уроци, и да ги използва творчески.

3.2. Стратегии за популяризиране

Традиционната реклама на една компания, състояща се от банери, флаери, реклама във вестници и телевизия, вече не е достатъчна. Да не говорим, че една реклама във вестник или телевизия, дори местна, струва пари и може да представлява голямо финансово усилие за компания, която току-що започва. Онлайн рекламата е евтино и ефективно решение.

Защо онлайн промоцията е толкова важна?



1. Рекламите привличат много посетители

Рекламите са тези, които предизвикват интереса на зрителите, защото ни показват различна информация по приятен и привлекателен начин както визуално, така и като съдържание. Една внимателно изработена реклама ще остане в съзнанието ви за дълго време, ако предоставя информация, от която може да се нуждаете в даден момент. Така че в този момент ще се изкушите да използвате този продукт или услуга, които някога сте видели в реклама.

2. Онлайн маркетингът винаги се отплаща

Онлайн маркетингът има силно въздействие върху аудиторията, тъй като рекламира бизнеса и привлича интереса на посетителите с подсказващи думи. Добре рекламираният бизнес ще привлече благоприятни резултати. Качествените реклами са най-важният символ на успешния бизнес. Те просто трябва да присъстват на правилното място и да се показват постоянно пред целевата аудитория, която може да се заинтересува от предлаганата услуга или продукт.

3. Промоцията означава качествена реклама

Онлайн промоцията се извършва чрез професионален подход. Една добре изработена рекламна кампания генерира невероятни резултати за кратък период от време, точно както напълно неподходящата реклама води до негативни резултати. Един бизнес не може да бъде успешно рекламиран, ако се появи информация, която разваля имиджа му. Хората променят мнението си много лесно. Един обикновен слух, далеч от реалността, може радикално да изопачи истината, но тяхното мнение е важно, дори и да се основава само на слух.

Това важи и за рекламата. Възприятието на обществото за даден продукт може да се промени бързо, което означава, че търсенето намалява и клиентите се губят.

4. Онлайн промоцията се извършва от специализирана фирма

Подходящата промоционална кампания за един бизнес е тази, която го вади от анонимността и му дава множество шансове да се наложи. Опитните професионалисти могат да осигурят качествена промоция, която ще доведе до желаните резултати.

3.2.1. СЛУЧАЙ ОТ ПРАКТИКАТА: Къща за гости Салтелута

Новосъздаденият бизнес, който няма ресурси да инвестира в презентационни уебсайтове и не разполага с големи промоционални бюджети, може да използва предимствата на онлайн средата, за да достигне до целевата си аудитория.

В този казус студентите ще покажат как новосъздаденият бизнес, Къща за гости *САЛТЕЛУТА*, може да подобри своето онлайн присъствие и по този начин да популяризира планински бягства, „презареждане на батерии“, релакс, спокойствие, благополучие, промяна на обстановката, чист въздух и други подобни които ни карат да видим живота в розово.

Обективен:

Да създаде онлайн видимост и да популяризира къщата за гости сред любопитни туристи, постоянно търсещи нови вкусове и преживявания.

Решения:

1. Google Моят бизнес акаунт

Обявата в Google Maps е задължителна за бизнес, който има физическо местоположение.

Активирането става бързо чрез попълване на кратка онлайн форма. В рамките на максимум 14 дни екипът на Google ще ви изпрати кода за активиране по пощата, за да потвърди акаунта ви.

Предимствата на акаунт в Google My Business са:

- могат да бъдат персонализирани с изображения от вашето местоположение, илюстриращи продуктите и услугите, които предлагате;
- възможност за публикуване на кратки публикации с представително изображение;
- статистика за броя потребители, които са открили страницата на Google My Business, поискали са упътване в Карти или са се обадили на телефонния номер за връзка;
- съдържание, генерирано от потребителите: акаунтът My Business е идеалната възможност за събиране на отзиви от потребители.

Можем да разберем какво е потребителското изживяване и като бонус – можем да им отговорим.

Keep an eye out for this postcard — it should arrive with your verification code in 1-2 weeks.



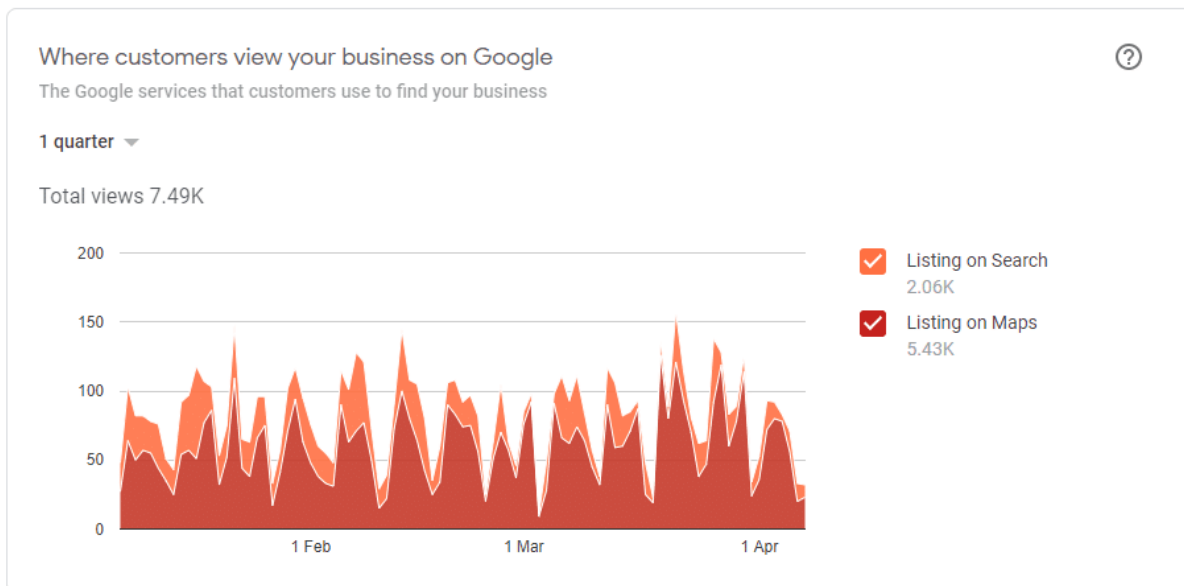
M. [redacted]
[redacted]
Calea [redacted]
Cluj-Napoca
Romania

Important documentation enclosed.

Optional contact name

Cancel

Send postcard



2. Презентационен уебсайт

Първите впечатления се правят в онлайн средата, която потребителите използват, за да се информират, преди да направят покупка или, в този случай, преди да посетят физически мястото.

Данни за контакт, описание на основните продукти/услуги и ползите, които клиентът може да получи от тях, професионални снимки на продуктите са елементи от съдържанието, които трябва да бъдат намерени на такъв уебсайт.

Google предлага безплатни и лесни за използване инструменти, които не изискват умения за програмиране. Създаденият по този начин уебсайт е прост и много малко персонализиран, но функционалността му е реална, може успешно да измести пълноценен презентационен уебсайт.

Презентационен уебсайт за Къща за гости *САЛТЕЛУТА* се създава бързо без никакви инвестиции, тъй като този уебсайт се хоства безплатно от Google.

.



3. Социални медии – фейсбук и инстаграм

Къща за гости *САЛТЕЛУТА* вече има 2 важни канала за комуникация, които поддържа активни: Facebook и Instagram.

Екипът за промоция засили присъствието си в социалните медии с няколко прости трика:

- Пренаписване на описанията в секцията Информация, за да се увеличи тяхната възможност за индексирание при търсене на марка или категория;
- Интегриране на раздел към менюто на къщата за гости, където е качен документ във формат .pdf с основните продукти и услуги и техните цени;
- Facebook Messenger е персонализиран, за да насърчава изпращането на съобщения и да отговаря автоматично

при получаване.

11:59

4G



👍 Îmi place

💬 Comentează

➦ Distribuie



Pensiunea Salteluța și-a schimbat
fotografia de copertă.

8m · 🌐

...



👍 Îmi place

💬 Comentează

➦ Distribuie


Acasă


Prieteni


Watch


Profil


Notificări


Meniu

11:59

4G

Postări

Filtre



La ce te gândești?

Stare

Foto

Eveniment
din viață

Administrează postările

Fotografii

Avataruri

Muzică



Pensiunea Salteluța

Chiar acum · 2 persoane



Acasă



Prieteni



Watch



Profil



Notificări



Meniu

12:10

4G

pen.siuneasalteluta 6



7
Postări

4
Urmăritori

20
Urmărește

Pensiunea Salteluța

Va așteptam la Pensiunea Salteluța. Va punem la dispoziție 4 camere un living si Bucătărie pentru petrecerea timpului împreuna cu familia sau părinții

Editează profilul



Descoperă persoane



Găsește mai multe
persoane de ur...

Vezi tot



12:10

4G

pen.siuneasalteluta ⁶



Descoperă persoane



Găsește mai multe
persoane de ur...

Vezi tot



4. ПЛАН НА УРОКА: АЛТЕРНАТИВНИ МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

4.1. Онлайн приложения, използвани в процеса на преподаване - учене - оценяване

Поради ситуацията, създадена от здравната криза през 2020 г., учениците прекарваха голяма част от времето си в учене и изпълнение на работни задачи само чрез компютър. Компютърът не беше нещо ново за тях, така или иначе голяма част от времето си те прекарваха на компютъра, но не за да учат, за да правят домашни, за да бъдат оценявани. Здравната криза беше предизвикателство както за учителите, така и за учениците, но особено за учителите, които бяха принудени да оптимизират учебния процес чрез творческо използване на информационни и комуникационни технологии, да намерят решения за интегриране на компютъра в учебната дейност и комуникация на ученото, да се запознаят с нови стратегии за оценка.

Онлайн приложенията, използвани в процеса на преподаване-учене-оценка, са разнообразни. Появиха се или се подобриха образователни платформи, онлайн приложения, библиотека с дигитално образователно съдържание за обучение, приложения за детски градини, начално, средно училище, гимназия, университет, практически приложения за електронно обучение за всеки предмет. Мултимедийната интеграция в учебните дейности се осъществява чрез редактори на математически формули, редактори на изображения, редактори на диаграми и графики, конвертиране на PDF документи, редактори на електронни тестове. Видеоклиповете се използват все по-често.

Най-популярният пакет от приложения за създаване на електронни писмени материали е Microsoft Office с Microsoft Word (за документи), Microsoft Excel (за електронни таблици) и Microsoft

PowerPoint (за презентации).

По-пълна версия на офис пакет, който може да се използва безплатно под всеки имейл адрес @gmail.com или институционален адрес, създаден в Gmail, е платформата GSuite (<https://gsuite.google.com/>), предлагана от Google , с Google Word, Google Sheets и Google Slides. Gsuite се използва с всеки институционален адрес.

За гладкото протичане на дейността са необходими предварително подготвени електронни учебни материали. Една от причините е, че учениците не могат да си водят бележки по време на дейността така добре, както могат при дейности лице в лице. Също така е важно електронните материали да са достъпни след приключване на интерактивната дейност в реално време, тъй като някои ученици няма да могат да се свържат, за да участват в дейността, а други могат да загубят връзката си по време на дейността по технически причини.

4.2. **План на урока**

1. Основни данни:

- Предмет: Туризъм
- Тема: Издаване на вестник „Устойчив туризъм в окръг Валча“
- Цел на проекта:
 - Да опознаят по-добре града, в който осъществяват ежедневната си дейност, училището, в което учат, района, в който живеят;
 - Да действа за поддържане, опазване и подобряване

на природните условия на околната среда;

- Поема отговорност за опазването на атмосферата, почвата, водата, флората, фауната и човешкото здраве.
- Източници на информация:
 - <https://ro.wikipedia.org/wiki/>
 - <https://www.valceaturistica.ro>
 - www.monitorulvl.ro/
 - <https://primariacalimanesti.ro>
 - <https://harta.orasultau.ro/>
 - www.eduonline.roedu.net
 - www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse
- Работни инструменти: телефон, лаптоп, таблет
- Краен продукт: Вестник "Устойчив туризъм в окръг Валча"
- Методи на представяне: Представянето на материала ще се извършва онлайн чрез приложението Padlet, като всеки екип представя произведения материал чрез гласа на избрания от него представител.

2. Дейности по планиране:

- В платформата Google Meet ще се обясни темата и целта на проекта.

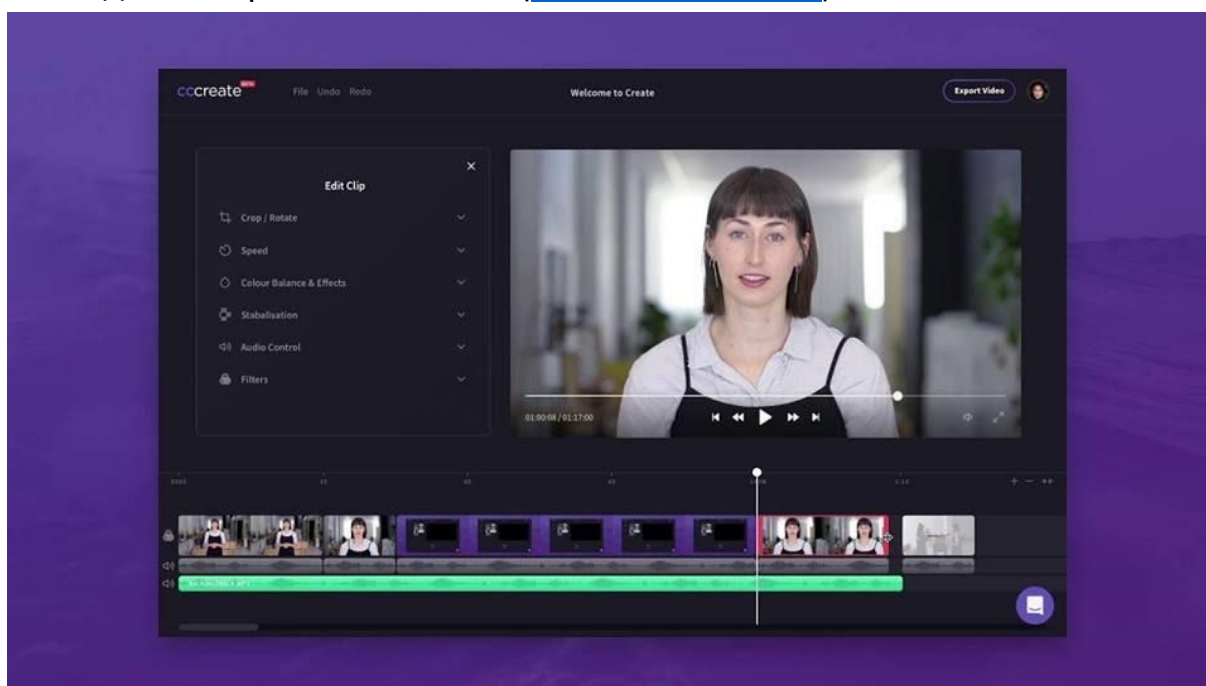
- Използвайки „Колелото на късмета“ от приложението wordwall, ще сформирам пет отбора. Така ще имам следните екипи:
- Екипът от фотографи ще трябва да снима или нарисува центъра на града, важните сгради в него, основните произведения на изкуството, които се намират тук, училището, в което ходят. В допълнение към снимките, които са направили, те ще изтеглят от мрежата изображения на най-красивите места в окръга, най-добрите квартири, както и изображения в категорията "Това НЕ!": грозни или порутени сгради, незастроени пространства, следи от безотговорни туристи и др.
- С помощта на приложението ANIMOTO учениците ще съставят колаж от снимки и видеоклипове и ще посочат връзката, за да ги видят...



<https://animoto.com/play>

- Екипът от журналисти ще трябва да изготви репортаж, озаглавен „Călimănești-Căciulata – курорт за хора“, който ще съдържа интервю с кмета на Călimănești, малко информация за туристическите проекти на града, архитектурата на града, реновирания сгради, изоставените сгради, какво е направено, какво не е направено
- С помощта на приложението ClipChamp за монтаж на видеата учениците ще направят „репортаж“. Също така ще качват аудио-

видео материала в YouTube (www.youtube.com)



- Екипът от историци ще намери информация за историята на града, историята на училището, в което учат, значимите събития, случващи се в техния град.
- Използвайки приложенията за колаж на цифров текст и изображения Canva и Fotojet, учениците ще представят информацията, която са събрали и предоставят.
- Екипът по рисуване ще начертае физическата карта на окръга, физическата карта на града, плана на училището.



Piktochart
make information beautiful

Урок за инфографика на Piktochart:

Piktochart е уеб-базирано инфографско приложение, което позволява на потребители без богат опит като графични дизайнери лесно да създават инфографики и визуални

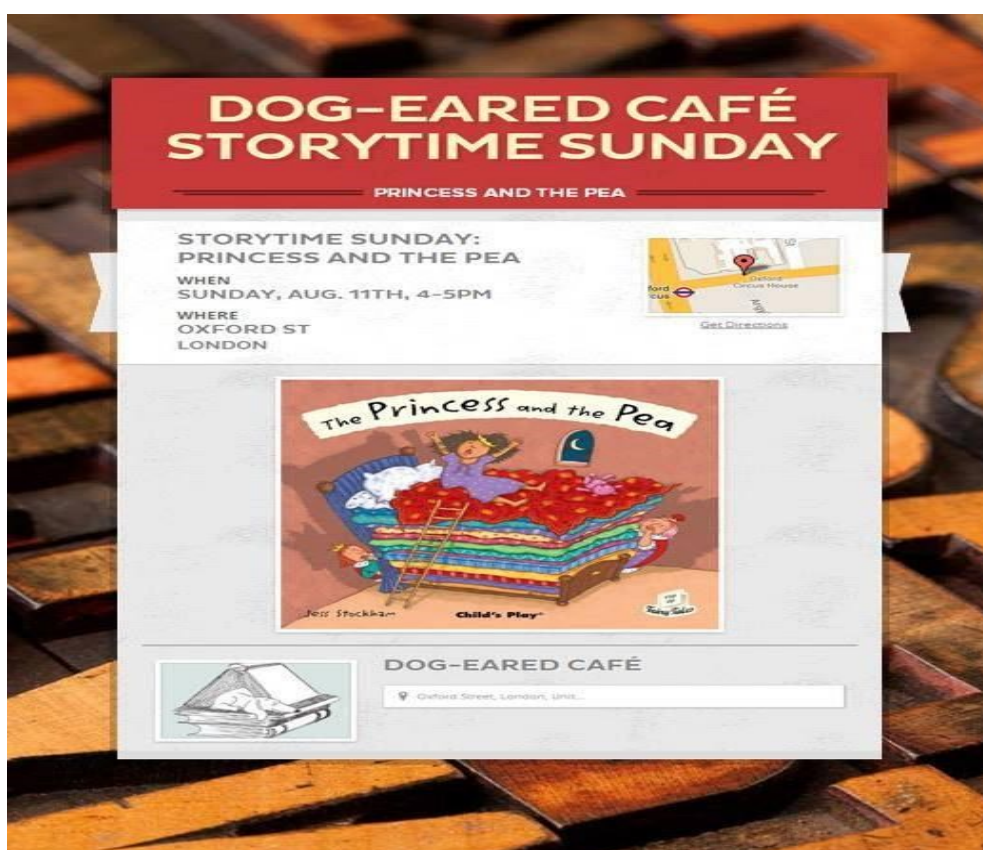


елементи, използвайки тематични шаблони.

Storybird позволява на всеки да създава визуални истории за секунди.

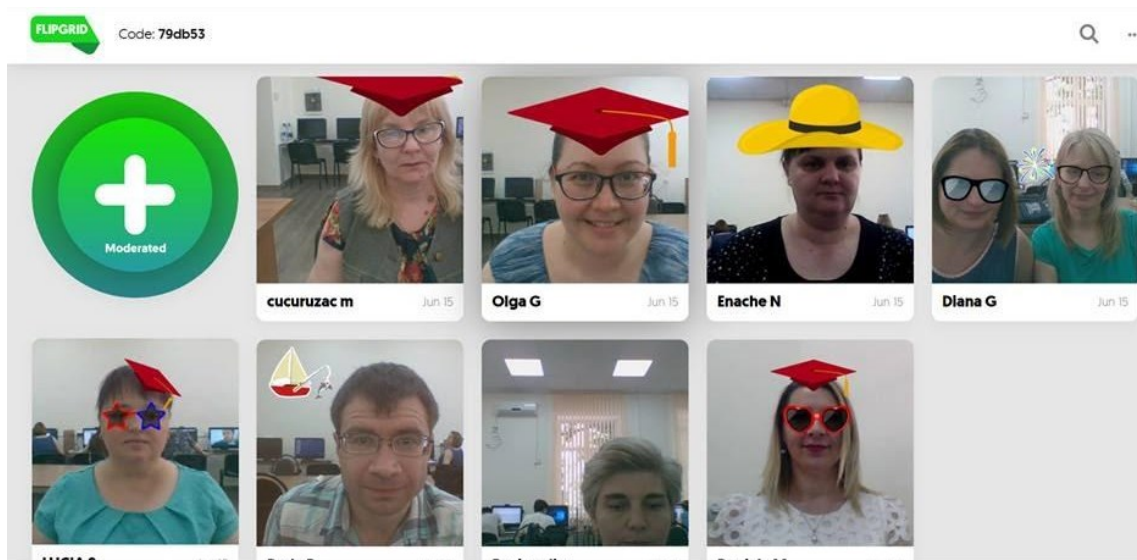
Вдъхновява писатели от всички възрасти да превърнат образите си в оригинална история.

- Редакционният екип събира материали, коригира евентуални грешки, подготвя рубрики, сортира изображения и намира начин за популяризиране на вестника в училищата.



Store за създаване на цифрови списания

- С помощта на приложението Smore учениците ще създадат вестник „Устойчив туризъм в окръг Валча“.
- И накрая, впечатленията на учениците от проекта могат да бъдат записани с приложенията Flipgrid или TikTok.



Flipgrid за групови аудио съобщения



Показаното колело с имена съдържа имената на учениците, които ще работят по проекта.

- Събиране на информация по избраната тема: учениците ще търсят информация по зададената тема, ще я обсъждат в екипа и ще избират по взаимно съгласие материала, който ще изпратят на редакционния екип.
- Организирайте и обработвайте информация, свързана с избраната тема: след като първите екипи разполагат със задоволително количество данни и информация, снимки и интервюта, те ще се срещнат в екипи в групата WhatsApp, където ще обсъдят какво ще изпратят на редакционния екип, както и какво ще съдържа презентацията, как ще решават заедно задачите на проекта, като определят представителя на екипа, който ще поддържа проекта.

Редакционният екип ще вземе решение за формата на вестника, как ще изглежда първата страница на вестника, мото, дизайн, ред на материалите.

Накрая всеки отбор ще представи чрез свой представител как е изпълнил задачата си, как са работили заедно, какви трудности е срещнал, какво е успял да свърши и какво не.

- Презентиране на крайния продукт

Това ще стане онлайн чрез Google meet, посредством приложението Padlet.



5. ИЗВОДИ

Загрижеността за опазването на природната среда се усеща от края на 19 век, когато се извършва преход от пасивно възхищение от красотите на природата към активни действия за нейното опазване и предотвратяване на злоупотребата с природните ресурси. Първият закон за опазване на околната среда (Законът за защита на природните паметници) е приет през 1930 г., а година по-късно е създадена Комисията за защита на природните паметници, която работи и до днес под патронажа на Румънската академия.

Този закон е последван от много други разпоредби, но едва през 1973 г. е приет Законът за опазване на околната среда. В момента в Румъния има около 630 защитени територии, които покриват обща площ от 1,2 милиона хектара. Освен това има три биосферни резервата, 14 национални парка и 362 природни резервата. Национален парк „Ретезат“ (създаден през 1935 г.), Национален парк „Родна“ (създаден през 1990 г.) и „Делтата на река Дунав“ (създаден през 1938 г.) са включени от ЮНЕСКО като биосферни резервати в списъка на организацията за защитени природни паметници.

Туризмът като икономическа дейност може да причини големи щети на защитените територии, особено ако те не се управляват правилно, но може да донесе и големи ползи. Натискът от туризма нараства бързо върху все по-популярните туристически обекти нараства, така че красивите природни зони все повече се превръщат в места за дългосрочен туризъм, екскурзии и дори спорт.

В някои защитени територии просто има толкова много посетители в определени части или в определени часове, че природата (и качеството на изживяването на посетителите) страдат. В други посетителите могат да проникнат и в най-отдалечените райони. Туристическите съоръжения често противоречат на целите за опазване и развалят природните пейзажи; натискът за развитие на такива съоръжения е особено силен в бившия източноевропейски блок, а в някои защитени територии туризмът просто няма място.

Но ако бъде планиран и управляван да бъде устойчив, туризмът може да бъде много положителна сила, облагодетелстваща както защитените територии, така и местните общности. Туризмът ще бъде добре дошъл във или в близост до защитени територии, ако зачита специалния характер на района, като например: туризъм за опознаване на природата, културен и образователен туризъм или

малки, тихи групови дейности, както и ако щетите и замърсяването са минимални. Туризмът може да помогне за основанието за създаването на защитени зони в маргинализирани региони и може да доведе до икономическо съживяване на местните общности и традиционна култура.

ИЗТОЧНИЦИ

- Minciu R., "Tourism Economics", Uranus Publishing House, Bucharest, 2001
- Baron P., Snak O., Neacșu N., "Economia turismului", Expert Publishing House, Bucharest, 2001
- Vișan S., Angelescu A., Alpopi C., "Environment: pollution and protection", Economica Publishing House, 2000
- Bran F., Marin D., Simon T., "Turism rural", Editura Economică, 1997
- Ionescu I., "Social, economic and cultural tourism", Bucharest, Oscar Prinț Publishing House, 2000
- Hapenciuc C. V., "Statistical research in tourism", Editura Didactica și Pedagogica R.A. Bucharest, 2003
- Nedelea A., "Piața turistică", Bucharest, Editura Didactică și Pedagogică, 2003
- Nistoreanu P., "Management in tourism and services", Bucharest, ASE Publishing House, 2005
- Istrate L., Bran F., Roșu A.G., "Economia turismului și mediului înconjurător", Bucharest, Editura Economică, 2000
- Stănciulescu G., "Economia turismului", Bucharest, Expert Publishing House, 2001
- Boghean C., "Economia Turismului", course support, 2011
- Erdeli G., Gheorghilaș A., "Amenajări Turistice", University Publishing House, 2006
- * Law no. 350/2001 on spatial and urban planning, Official Gazette

no. 373 of 10 July 2001

- * Law 453/2001 for the completion of Law no. 50/1991 on the authorization of construction works and some measures for the realization of housing, Official Gazette, no. 431 of 1 August 2001
- Băltărețu A.M., "Amenajarea turistica și dezvoltarea urbană", Editura Universitară, 2010
- Neacșu N., Glăvan V., Baron P. and Neacșu M., "Geografia e economia turismului", ProUniversitaria Publishing House, 2011
- Cândrea M., Erdeli G., Simion T., "Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spaziu", University Publishing House Bucharest, 2003
- Gavrilesco E., "Sources of pollution and environmental pollutants", Sitech Publishing House, 2007
- Muntean I. O., "Ecology and environmental protection", Emia Publishing House, 2007
- Bica I, "Elemente de impact asupra mediu", Matrix Rom Publishing House, Bucharest, 2000
- www.edu.ro
- www.ise.ro/digital/
- www.youtube.com
- www.wikipedia.org - the free encyclopedia
- Document-politici-curriculum_final_23decembrie.pdf (ise.ro)
- <https://digitaledu.ro/platforme-educationale>
- www.eduonline.roedu.net

- www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse
- www.mozaweb.com
- www.etwinning.ro
- www.elearning.ro

ЗА НАС

Нашата гимназия се намира в окръг Вълча, на 200 км северно от Букурещ, столицата на Румъния, в малък град Калиманеши (градска зона) - 9000 жители, на 18 км от Ръмнику Вълча, най-големия град в нашата област (окръг). Мястото е заобиколено от планини, известен планински курорт в Румъния, чиято основна дейност е туризъм, термално спа лечение с повече от 160 000 туристи всяка година (от страната и чужбина). Технологична/Професионална гимназия по туризъм има около 400 ученици (14-19 години и 2 прогимназиални класа за възрастни), 40 педагози и други преподаватели; 20 ученици от ромски семейства, 40 ученици със специални нужди (преждевременно напускане на училище, затруднения в обучението, физически увреждания или поведенчески проблеми), деца от едно родителско семейство (баща или майка или и двамата работят в чужбина в друга държава). Много ученици са принудени да работят по време на училището, за да имат възможност да учат да има пари (неравностойно социално положение). Повечето от тях трябва да се изправят пред проблема с адаптирането и тормоза от връстници поради тези факти.

Специализации:

- Гимназия: Финансово-стопански дейности
(Счетоводство), туризъм и ресторантьорство

- Професионална гимназия: сервитьори и готвачи – в сферата на гастрономията и хотелиерството, организатори на събития
- Средно училище по агропланински дейности

Основните ни цели са: да станем по-разпознаваеми в местната общност и на национално и европейско ниво чрез:

- осигуряване на личностно и професионално развитие на учениците, за да станат активни граждани в общността, да участват в трудовия, граждански, професионален живот; гарантиране на равни възможности за достъп до професионално и техническо образование и професионално развитие на всеки ученик въз основа на неговите стремежи и индивидуален потенциал за учене ;
- осигуряване на качествени условия при организиране и провеждане на процесите на управление, образование и обучение във всяко училище, осъществяващо професионално-техническо образование;
- предоставяне на възможности за професионално развитие на всеки ученик за придобиване на уменията, които дават възможности за работа в сферата на занаятите или други професии, предлагани от местния пазар на труда - окръжен, регионален, национален, както и учене през целия живот, за да се адаптират учениците към технологичните промени и икономика, базирана на знанието;

предоставяне на възможности за образование и обучение в общността за студенти в области от голям интерес: хотели, услуги, финансови и други икономически дейности, гастрономия. Обучение с отговорност и качество; ние следваме нуждите от обучение на завършилите образованието си да интегрират професионални дейности и да постигнат високите стандарти за изпълнение на Европейския съюз; - намаляване на различията в социалните и

специфичните потребности; борба с насилието и тормоза в училище. Нашата институция има опит в разработването и реализирането на образователни проекти и партньорства от различен вид и по-специално такива с европейско финансиране; Последният проект спечели втора награда (изложба и презентация) за най-добър румънски Еразъм проект в нашата страна във връзка с конкурса Made for Europe 2019



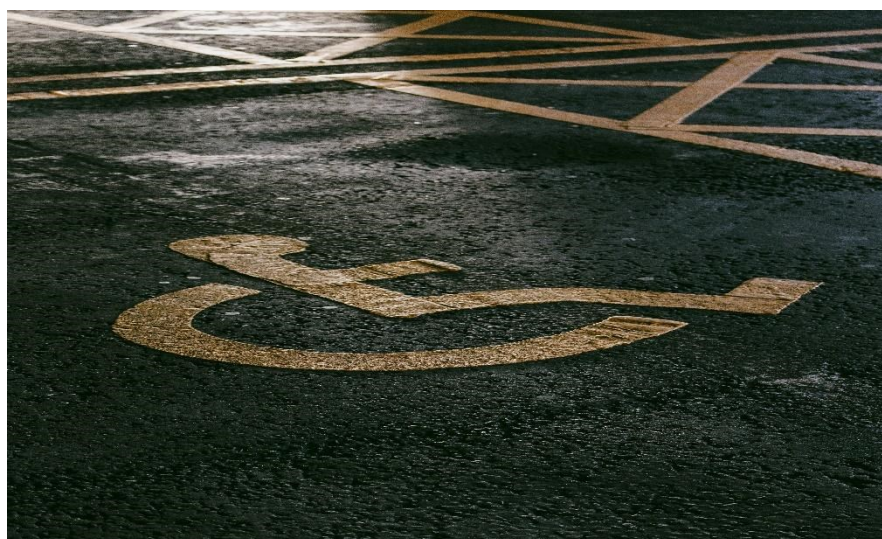
5. Как да се насърчи наемането на хора с увреждания

**Sylogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis
Atomon Me Idikes Angkes**

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Трудът е човешката дейност с полезен резултат, както и упражняването на труд в организирано общество. Това е цялостната дейност по отношение на обект или единица работа и се отнася до ежедневната таква, изпълнението на задачи за препитание, производството на работа и производствения процес. В съвременните общества заетостта е ключова отправна точка в живота на гражданите. Възприемането на заетостта в тях вече не се ограничава само до източника на доходи на дадено лице, а е неразривно свързано с начин на идентифициране, тъй като може да се постигне личностно развитие и растеж, сигурност и емоционално удовлетворение.

За много хора с увреждания правото на труд е ключов елемент в борбата за равни права. Според статистиката на ООН около 15% от световното население има някаква форма на увреждане и най-малко 785 милиона са в трудоспособна възраст (15-59 години). В Европейския съюз (ЕС 28), според проучване на Евростат (2019 г.), се изчислява, че 26,1% от пълнолетните граждани заявяват, че имат увреждане и срещат пречки пред пълноценното си участие в социалния и икономически живот (GED & EMPLAB & Menze, J. 2015).



<https://unsplash.com/s/photos/employment-disabled>

При хората с увреждания има по-високи нива на безработица, а когато работят, е по-вероятно да им се плаща по-малко от хората без

увреждания. В 28-те държави в Европа, нивото на заетост на хората без увреждания е 66,9%, докато това на хората с увреждания е 47,3%. Голяма е разликата и в процентите, свързани с образованието и ученето през целия живот. Основната причина за бедността и социалното изключване е липсата на равни възможности за заетост на хората с увреждания. Нивата в Европа за риска от бедност и социално изключване за хората без увреждания на възраст над 16 години са около 20%, докато при хората с увреждания са около 30%. През последните години равнищата на безработицата се повишиха драстично поради световната финансова криза. Най-пряко засегнати от кризата и безработицата са групите граждани, принадлежащи към т. нар. уязвими групи, към които спадат и хората с увреждания. Исторически погледнато, хората с увреждания са се сблъскали с множество бариери за навлизане в пазара на труда и изключването им от него е довело до бедност и сериозни трудности за оцеляване. Освен това *Европейската стратегия за хората с увреждания* определя пет ключови области за действие: **достъпност, участие, равенство, заетост, образование и обучение**. Относно заетостта се споменава следното:

«4 – Заетост- Качествените работни места гарантират финансова независимост, насърчават личния престиж и предпазват от бедност.

Процентът на заетост на хората с увреждания обаче е едва около 50%. За да се постигнат целите за развитие на ЕС, трябва да се увеличи броят на хората с увреждания, които имат платена работа на свободния пазар на труда. Комисията ще се възползва максимално от възможностите, предлагани от Европейската стратегия и нейната програма за нови умения и работни места, като предоставя на държавите-членки анализи, политически насоки, споделяне на информация и всякаква друга подкрепа. Ще подобри знанията за професионалния статус на жените и мъжете с увреждания, ще идентифицира проблемните области и ще предложи решения, занимавайки се предимно с млади хора с увреждания по време на прехода им от образование към работа. Ще бъде разгледан и въпросът за междупрофесионалната мобилност на отворения пазар на труда и в защитени лаборатории чрез обмен на информация и

взаимно обучение. Също така ще разгледа въпроса за самостоятелната заетост и качествените работни места, включително аспекти като условия на труд и професионално развитие, с участието на социалните партньори. Комисията ще засили подкрепата си за доброволни инициативи за насърчаване на управлението на многообразието на работното място, като например *Хартите за многообразието на работодателите* и *Инициативата за социално предприемачество*. Действията на ЕС ще подкрепят национални инициативи, насочени към: анализиране на ситуацията на пазара на труда за хората с увреждания; борба с обезщетенията за инвалидност и други методи за улавяне, които ги обезсърчават да навлязат в пазара на труда, чрез използването на Европейския социален фонд (ЕСФ); разработване на активни политики на пазара на труда; подобряване на достъпа до работното място; развитие на услуги за намиране на работа, структури за подкрепа и обучение на работното място; насърчаване на използването на общия регламент за освобождаване, който позволява предоставянето на Държавна помощ без предварително уведомление до Комисията; създаване на подходящи условия за повече хора с увреждания да изкарват прехраната си на свободния пазар на труда. Съюз на равенството: *Стратегия за правата на хората с увреждания 2021-2030 г.* „Хората с увреждания имат право на добри условия на работното място, да живеят независимо, на равни възможности, да участват пълноценно в живота на своята общност. Всички имат право на живот без бариери. И наше задължение, като общност, е да осигурим пълноценното им участие в обществото, наравно с останалите.“

Председателят на Комисията фон дер Лайен

2. “МЕДИЦИНСКИ” И „СОЦИАЛЕН” ПОДХОД КЪМ СЛУЖИТЕЛИТЕ

Увреждането е многоизмерно явление. Затова, когато се опитваме да го дефинираме и класифицираме, установяваме, че нито една от двете (2) процедури не е лесна. Разбирането на понятията

неработоспособност и увреждане, както и „преминаването“ от едно към друго, са били обект на спорове и размисли.

https://www.freepik.com/free-vector/volunteers-helping-disabled-friends-outdoor-walking_9652120.htm#query=disability%20work&position=0&from_view=keyword



В Европа няма обща дефиниция за „увреждания“, нито обща система за оценка и класификация на уврежданията. Фактът, че има различни системи за класифициране и оценка на уврежданията в държавите-членки и следователно различни възприятия за това „кой може да се счита за лице с увреждане“ има многобройни последици. Различните системи за класификация на уврежданията правят изключително трудно картографирането на състоянието на хората с увреждания и тяхното количествено определяне. В същото време различните системи за класифициране и оценка на увреждането и различните дефиниции на увреждане не позволяват единен подход към интервенцията. Например възприемането на медицински ориентиран подход към уврежданията, който ги свързва с физическа или умствена изостаналост, подчертава силно нуждата на лицето с увреждания от индивидуална медицинска намеса– и само – грижа, прехвърляйки отговорността към нивото на интервенция в гръцката национална Конфедерация на хората с увреждания (2005).

Напротив, приемането на по-социална концепция за увреждането, което точно подчертава приноса на редица променливи на околната среда, които влошават увреждането - ни води до различен начин на управление. Това се фокусира върху интеграционни политики и практики, изискващи от всички членове на обществото да предприемат социални действия и да поемат колективна отговорност.

Въз основа на горния подход, „човек с физическо увреждане може да изпита увреждане в една среда, но не и в друга, в зависимост от това дали средата има бариери и помощни средства. Например, лице с параплегия изпитва двигателни увреждания в недостъпна среда ако нямат инвалидна количка (помощно средство). Но ако средата е достъпна и инвалидна количка винаги е на разположение за използване, това лице няма да има ограничения за придвижване. Лицето обаче във всички горепосочени случаи е едно и също и все още има параплегия "Гръцка национална конфедерация на хората с увреждания (2005 г.).

Световната здравна организация (СЗО), за да изясни всички „сиви зони“, свързани с определението за увреждане и класификацията на уврежданията и да предефинира необходимите интервенции, възприема социален подход, като дефинира следните понятия:

Увреждане: всяка загуба или аномалия на психологическа или анатомична структура или функция.

Лице в неравностойно положение: Всяко ограничение или липса (в резултат на увреждане) на способността на дадено лице да извършва дейност в граници или по определен начин, като останалите.

Лице с увреждане: увреждане за конкретен човек, произтичащо от нараняване или увреждане (органично, психическо или функционално разстройство), което ограничава или възпрепятства изпълнението на роля, която е нормална за това лице (във връзка с възрастта, пола, социалните и културни фактори).

Въпреки че контекстът на Международната класификация на функционирането, уврежданията и здравето на Световната здравна организация посочва значението на социалната среда и колективната отговорност за изключването на хората с увреждания (и също така се отнася до специфичните лични характеристики на хората с увреждания), Гръцката национална конфедерация на Хора с увреждания (2005), най-разпространеният модел за оценка на уврежданията за всички европейски държави-членки е медицински фокусиран. Всъщност всички настоящи класификации на уврежданията в Европейския съюз се основават на медицинския подход към уврежданията. Те не успяват да осъзнаят въздействието, което по-широките нагласи на дискриминация и липсата на социални структури имат върху хората с увреждания, децата и възрастните.

3. УВРЕЖДАНЕ-ТРУДОСПОСОБНОСТ

Съгласно *Конвенцията за правата на хората с увреждания* на Организацията на обединените нации (ООН) от 2006 г. не само „забранява дискриминацията въз основа на увреждане по всички въпроси, свързани с всички форми на заетост, включително условията за наемане и заетост, продължаване на заетост, професионално развитие, безопасни и здравословни условия на труд "(член 27, 1. (а)), но също така" насърчаване на възможностите за заетост и професионално развитие на хората с увреждания на пазара на труда. . . "(член 27, 1. (е)), както и "... възможности за самостоятелна заетост, предприемачество, развитие на кооперации и започване на собствен бизнес" (член 27, 1. (f)).

По-голямата част от работните места днес не се основават на тежка физическа активност, а за тези, които са, често са на разположение подходящи инструменти, които да помогнат на хората с физически увреждания да останат активни и интегрирани в пазара на труда. По подобен начин днес има инструменти, които не са съществували за предишни поколения, като дистанционна работа,

които могат да позволят на хората с интелектуални затруднения да продължат да работят (Areheart, Stein. 2015). Редица фактори могат да повлияят на лицата, вземащи решения, като съпричастността на работодателите към служителите, отношението им към хората с увреждания, техният опит и познаване на законодателството за хората с увреждания (Telwatte, A., Anglim, J., Wynton, S.K. Molding, R. 2017). Служителите с увреждания съобщават за повече положителни преживявания, когато специфични и общи човешки ресурси, преки мениджъри, колеги и те самите имат повече опит с проблеми с уврежданията.



<https://unsplash.com/s/photos/empopability-disabled>

Кулкарни и Гопакумар изследваха бариерите пред успеха в кариерата и описаха как хората с увреждания и членовете на организацията играят роля в оформянето на кариерата на служителите. По отношение на устойчивото развитие специално внимание заслужават много младите работници, участващи в сложния преход

към зряла възраст. Повишените предизвикателства и уязвимости в прехода са очевидни сред младите работници с увреждания, защото те са изправени пред допълнителни предизвикателства, свързани с тяхното увреждане в допълнение към това, което другите изпитват на този етап от развитието. Тези предизвикателства се идентифицират в изграждането на тяхното социално Аз, придобиването на независимост и изграждането на стабилни роли в социалния свят. Работниците с увреждания са изправени пред повече трудности, тъй като често са социално маргинализирани, остават по-зависими от семейството си и имат по-малко възможности за бъдещата си кариера. в сравнение с онези служители, които обикновено израстват заедно със своите връстници.

По този начин въпросът за независимостта и самоопределението придобива особено значение във връзка със света на уврежданията. Преходът към работната сила и придобиването на работа изглежда се възприемат от хората с увреждания като средство за доказване на тяхната „нормалност“ и следователно като начини за борба срещу социално потисническите правила, които не признават съвместимостта на увреждането с заетостта, независимото жива сексуалност и бащинство (Vlachou, A., Papananou, I. 2018). Работата е аспект, който позволява постигането и развитието на независимост и е ключът към благосъстоянието на хората с увреждания. Това се потвърждава от проучване на Bassi и DelleFave, където работата се признава за оптимално преживяване от 90% от хората с увреждания.

Малко се знае за ранния опит в заетостта и развитието на уменията на младите хора с увреждания (Lindsay, S.; Adams, T.; McDougall, C.; Sanford, R. Skill 2012).

Горното изследване показва, че увреждането е пречка за осигуряване и поддържане на работа, но малко се знае за специфичните фактори, които допринасят за тези лоши резултати, и още по-малко се знае за факторите и процесите, които могат да ги подобрят. В малкото съществуваща литература е отделено специално място на изследването на влиянието на самоопределението (предназначено като индивидуална автономия, саморегулация и психологическо

овластяване) и самореализацията (Smith, P., Routel, C. 2010) по време на прехода към зряла възраст умствено увреждане и специални езикови нарушения. По-специално, ролята на този ресурс беше разгледана във връзка с резултатите, свързани с работата, като се подчертаха положителните корелации с нивата на заетост, нивата на доходите и финансовото управление. Самозастъпничеството беше признато като предиктор на успеха в работата след приключване на проучването, тъй като се оказва мотиватор, водещ до дейности за търсене на работа (Ardore, V. 2013).

Ролята на социалните умения, самоконтрола и сътрудничеството също е подчертана за ефективното взаимодействие с другите и за успеха при намиране и задържане на работа.

4. МЕТОДИ ЗА ИНТЕГРАЦИЯ В ЗАЕТОСТТА ЗА ИНВАЛИДИ

От време на време се използват различни методи за интегриране на хората с увреждания в заетостта. Основните, които се наричат "алтернативни форми на заетост", са следните:

<https://www.freepik.com/vectors/office-character>



Защитена заетост - Центровете за защитена заетост

Защитената заетост може да приеме много форми, напр. работа

в екип в центрове, специално създадени за хора с увреждания, работа в защитени условия във фирми с подкрепата на ръководител (началник), работа в отдел на фирма, която е специално създадена за наемане на хора с увреждания и др.

Чрез този метод на хората с увреждания се предоставя възможност за придобиване на умения и натрупване на стаж за изпълнение на специфични работни места, които се срещат и на свободния пазар на труда. По този начин хората с увреждания са защитени от рисковете, конкуренцията, провала и разочарованието, които могат да изпитат на отворения пазар на труда, което обикновено води до ниско самочувствие.

Терминът „Защитена заетост“ няма едно и също значение във всички държави-членки на ЕС. В някои от тях служителите се считат за работници и се ползват със същите права като другите, но в други не.

Центровете за защитена заетост (ЦЗЗ) имат дълга история в САЩ. Сред първите е училището за слепи Пъркинс (*„Per-kins – School for the Blind“*) около 1840 г. (Марвин Розен, Алберт Бусоне, Питър Дакунчак, младши Джон Крам. 1993 г.). В Европа има много повече защитени центрове на север, отколкото в средиземноморските страни.

Трябва да се отбележи, че ЗОП, които предоставят услуги по защитена заетост, често прилагат програми за подкрепена заетост и поради тази причина термините „защитена“ и „подкрепена“ често се бъркат. Това обаче са два различни метода. При защитената заетост стажовете са предимно групови, докато при подкрепената заетост са индивидуални. Също така тези модели могат да се извършват в комбинация. Например, човек с увреждане, който е работил в защитен център, може в даден момент да бъде назначен на работа на свободния пазар на труда.

Подкрепена заетост

Методът „Подкрепена заетост“ е разработен в Канада през 80-те години на миналия век от Марк Голд и Майк Калахан в опит да се интегрират хора с тежки увреждания в обществото (напр. хора с интелектуални увреждания и др.), които дотогава са били обучавани

и живели в институции или работели в защитени центрове (Arbounioti B. 2003: 3). Целта на подкрепения модел на заетост е сключване на официален трудов договор, който включва заплащане и осигуровки. Въз основа на метода на "систематичното ръководство", обучението на кандидата започва с обучение в градския трафик, ако е необходимо, и следва всички стъпки за развитие на професионално поведение и практика.

Персонализирана заетост

„Индивидуалната заетост“ набляга на индивидуалния избор, нуждите, стремежите, възможностите, способностите, талантите и квалификацията на лицето с увреждане (Gottlieb Aaron, Myhill N. William and Blanck Peter. 2010). Идентифицирането на всичко по-горе е основата за започване на комуникация с работодател. Тогава възможностите, способностите и талантите на индивида се съчетават с нуждите на работодателя или изискванията на предприемаческата дейност, която лицето с увреждания желае да упражнява. При персонализираната заетост работните места се договарят, за да се адаптират възможно най-много към специалните нужди на хората с увреждания. Заслужава да се отбележи, че в този алтернативен модел на заетост разумното коригиране, като напр. ергономично подреждане на работното място, адаптиране на работните задачи, адаптиране на работното време и др., намира своето пълно приложение. Персонализираната заетост се основава на предишни принципи, услуги и стратегии, особено тези за подкрепена заетост, и води до проектиране на индивидуализирани работни места. У нас липсва институционална рамка за персонализирана заетост. Персонализираният модел на заетост се прилага електронно само в САЩ.

5. СОЦИАЛНИ И БИЗНЕС ПОЛЗИ ОТ НАЕМАНЕТО НА РАБОТА НА ХОРА С УВРЕЖДЕНИЯ

Социални осигуровки

Интегрирането на хората с увреждания в заетостта допринася за намаляване на общото ниво на безработица, за разширяване на работната сила, за увеличаване на ресурсите на системите за социална сигурност, за намаляване на нивото на бедност, за увеличаване на техните доходи, които обикновено се основават на оскъдни надбавки за инвалидност, увеличавайки тяхната потребителска мощ и съответно увеличавайки производителността.

Що се отнася до потребителската сила на хората с увреждания, това, което обикновено се пренебрегва е, че те не са само потребители на специални стоки и услуги (напр. помощни технологии, медицински услуги и т.н.), но и на всички предлагани стоки и услуги.

Съобщението на Европейската комисия относно *„Модернизиране на системите за социална защита“* гласи, че делът на възрастните хора в общото население ще бъде увеличен до 2125 г. от 21% на 30%. По този начин застаряването на населението на европейско ниво, а още повече у нас, което води до намаляване на работната сила, с относителните икономически последици в системите за социална сигурност, сега налага интегрирането в заетостта на групи от населението, които до днес бяха изключени, като напр. е популационната група от хора с увреждания.

Бизнес ползи

Някои от ползите, които един работодател или бизнес могат да извлекат от наемането на хора с увреждания или с хронични заболявания са:

а) Подобряване на корпоративния имидж и репутация.

Подобряването на репутацията на компанията като социално осъзната вдъхва доверие на нейните служители, клиенти и партньори и води до повишена производителност, разширяване на клиентската база и подобро сътрудничество с доставчиците.

б) Отвореност към голяма потребителска аудитория.

Наемането на работа на хора с увреждания или хронични заболявания увеличава вероятността за привличане на клиенти с увреждания или хронични заболявания и съответно техните роднини

и приятели, като по този начин спомага за увеличаване на печалбата на бизнеса. Освен това служителите с увреждания или хронични заболявания могат да помогнат на компанията да разработи ефективни маркетингови стратегии за привличане на клиенти с увреждания или хронични заболявания, помагайки на компанията да разбере нуждите на тази потребителска аудитория и да проектира продукти и услуги, които отговарят на техните нужди.

в) Подобряване на бизнес иновациите. Хората с увреждания или хронични заболявания, като агенти на различен опит, могат да допринесат за разпространението на иновационното измерение в компанията (напр. разработване на нови политики и практики, производство на услуги и продукти от ново поколение и т.н.).

6. ПРЕЧКИ ПРЕД ОБРАЗОВАНИЕТО

Основна бариера, пред която са изправени хората с увреждания при наемането на работа, е липсата на достъп до образование. Образованието, подобно на обучението, е важен фактор за намиране на работа и получаване на разумен доход. На децата с увреждания обаче често се отказва достъп до формално образование и обучение, което е пречка пред потенциалните им способности.

Установено е, че по-високото ниво на образование, получено от хората с увреждания, е положително свързано със заетостта (Achtenberg T. J. et al (2009). Нивото на начално и основно ниво на образование се свързва с по-ниска вероятност за заетост в сравнение с нивото на гимназиално или висше образование, като също така беше установено, че жените са по-малко склонни да бъдат наети от мъжете. Образованието е важен фактор за личното благосъстояние, както и начин за ограничаване на социалните и икономическите разходи. Правото на образование на децата с увреждания е изрично посочено в чл. 24 от *Конвенцията за правата на хората с увреждания*, който заявява необходимостта правителствата да

осигурят равен достъп до „приобщаваща образователна система на всички нива“ и да предоставят разумно настаняване и услуги за лична подкрепа на хората с увреждания, за да улеснят тяхното образование.

В допълнение, през 2014 г. беше проведено проучване в Обединеното кралство от OPM (фокус групи и качествени интервюта) и Ipsos MORI (национално проучване), в партньорство с агенцията за хора с увреждания SCOPE, за да се разберат приоритетите на хората с увреждания за промяна. В това изследване се посочва, че във връзка с образованието възникват много пречки в класните стаи и в образователния резултат, които влияят на чувството за доверие и самочувствие.

Младите хора посочиха негативния опит в образованието, особено в масовите училища. Много от тези хора са били тормозени от своите връстници без увреждания и съобщават за чувство на нещастие и изолация. Учениците с увреждания, които са сменили училище от общообразователно към специално образование, се чувстват повече приобщени. Съобщава се също за проблеми, свързани с липсата на персонализирана помощ и поддръжка. Освен това се съобщава, че участниците са претърпели дискриминация по отношение на стигма и неточни предположения. Учителите са имали по-ниски очаквания от учениците с увреждания, не ги насърчават да се развиват по-нататък и да постигат целите си, като е имало и жалби от ученици, в които се споменава, че учителите не им позволяват да участват в курсове, които са твърде напреднали за тях. В доклад на *Световната здравна организация относно уврежданията (2011 г.)*, като пречки пред образованието, се споменават следните проблеми:

- **Образователна програма и педагогика:** необходими са гъвкави подходи към обучението, за да се отговори на различните нужди на всеки ученик като методи на преподаване и образователни материали в достъпен формат. Когато горните липсват, има по-висок риск от изключване за деца с увреждания.

- **Неадекватно обучение и подкрепа за учителите:** класовете често са с голям брой ученици, учителите нямат време да удовлетворят нуждите на всяко отделно дете, липсва специално

обучение, учителите и помощник-учители/ възпитатели в класната стая също отсъстват.

- **Физически бариери:** Има много физически бариери, които пречат на учениците с увреждания да имат достъп до училищните сгради. Освен това може да има проблеми със стълби, тесни коридори, неподходящи места за сядане или недостъпни тоалетни в по-широката училищна среда.

- **Етикетиране:** етикетирането на децата има отрицателни ефекти като стигматизиране, отхвърляне от връстници, по-ниски очаквания и ограничен потенциал. Изследвания в САЩ доказват, че положителни резултати за приобщаването на децата може да има чрез действие срещу етикетирането.

- **Поведенчески бариери:** те включват ниски очаквания за академични постижения.

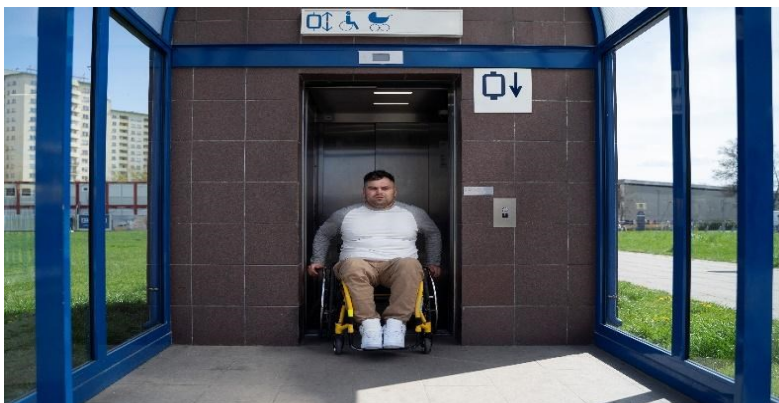
- **Насилие, тормоз и малтретиране:** Децата с увреждания са изправени пред по-голям риск от насилие от страна на учители, други членове на персонала и връстници.

Всичко по-горе подчертава, че децата трябва да имат равен достъп до образование и еднакво качество на услугите. Тъй като има силна връзка между образованието и заетостта, по-малкото придобити умения и квалификации водят до дългосрочни последици за заетостта на хората с увреждания.

7. ПРЕЧКИ ПРЕД НАЕМАНЕТО НА РАБОТА НА ХОРА С УВРЕЖДЕНИЯ

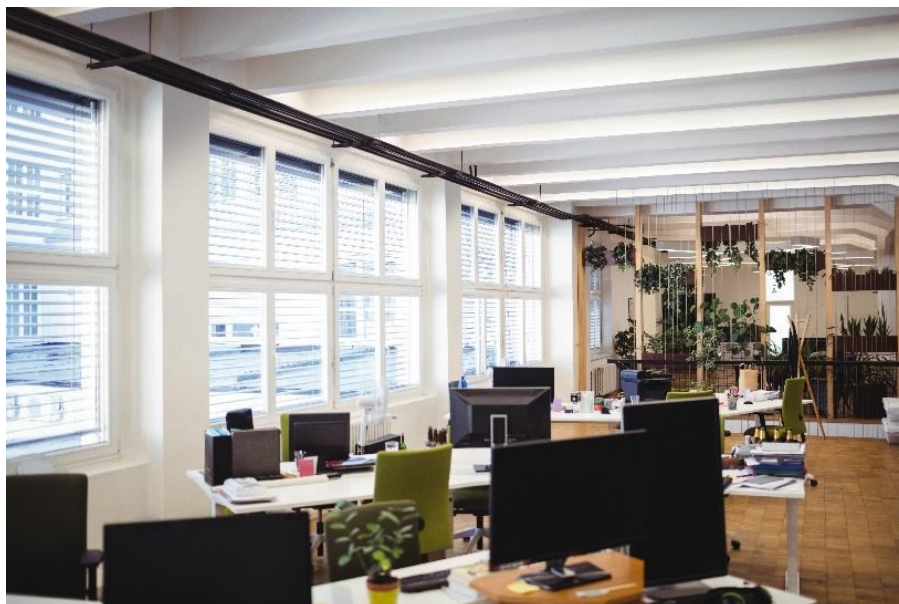
„Пречка“ означава всичко, което поставя бариера пред автономността и равното участие на хората с увреждания или хронични заболявания в света на заетостта. Основните пречки, които човек с увреждане среща в работната среда, са следните:

а) Архитектурни бариери, които се отнасят до дизайна на сградите, където са разположени работните места, както вътре, така и около тях (напр. паркинги, размер на асансьорите, стълбища вместо рампи), качеството на използваните материали (напр. хлъзгави подове) и др. ;



<https://www.freepik.com/photos/wheelchair>

б) Ергономични бариери, които се отнасят до предмети на работното място (напр. мебели), които са поставени по такъв начин, че да не могат да бъдат доближени от хора с увреждания (напр. ползватели на инвалидни колички);



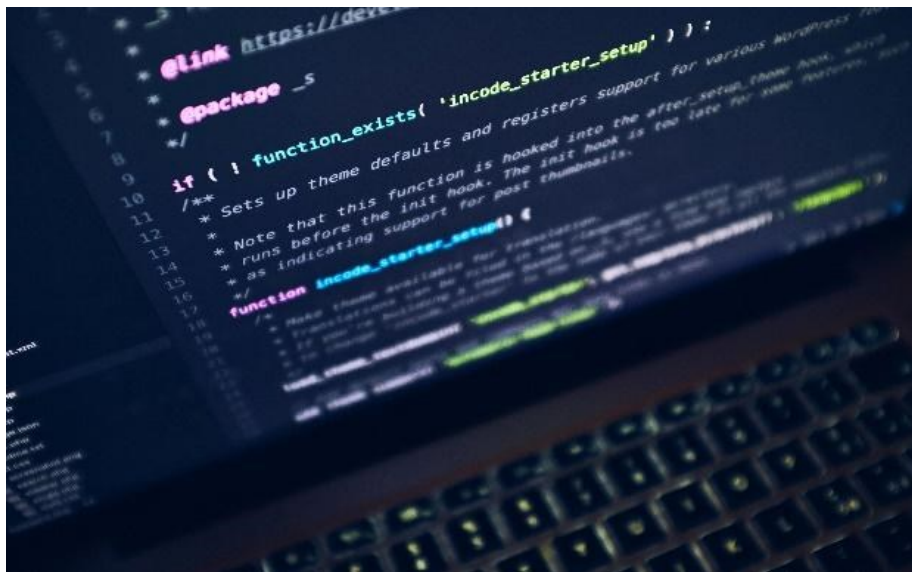
<https://www.freepik.com/photos/office>

в) Идеологически бариери, които са свързани с негативни възприятия и нагласи към служители с увреждания или хронични заболявания (напр. ...тези хора не са в състояние да отговорят на изискванията на работата си и да бъдат същите или по-продуктивни);

<https://unsplash.com/s/photos/chronic-diseases>

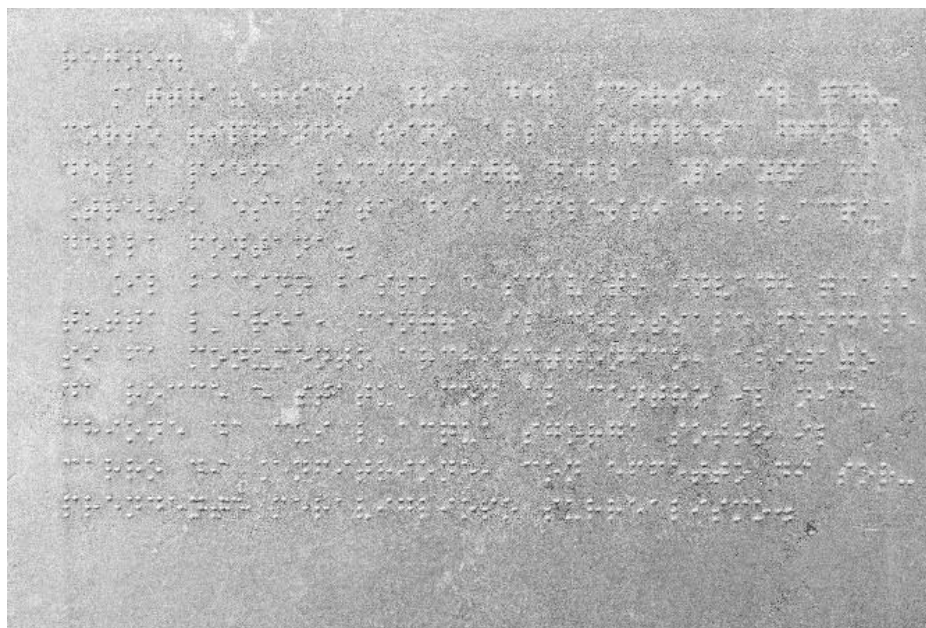


г) Технологични бариери, които се отнасят до използването на технологични средства и приложения, не отговарящи на нуждите на хората с увреждания (напр. електронни приложения на компанията, които не са достъпни за служители с увреждания и следователно не могат да ги използват);



<https://unsplash.com/s/photos/electronic-applications>

д) Бариери, свързани с информацията и комуникацията, които са свързани с липсата на достъпни средства за информация (напр. наличие на текстове в алтернативни формати, като Брайл) и комуникация (напр. предоставяне на устен превод на езика на знаците);



<https://unsplash.com/s/photos/braille>

е) Административно-бюрократични пречки, които се отнасят до политики, практики, процедури и разпоредби на съответната компания, които изключват хората с увреждания (напр. провеждане на писмени изпити за подбор на служители без осигуряване на устни изпити за незрящи кандидати).

В допълнение към горните бариери има по-специфични бариери, пред които са изправени хората с увреждания в зависимост

от техния вид увреждане.

<https://unsplash.com/s/photos/bureaucracy>

Указателно уточняване:



I) *Хора с двигателни увреждания:* Хората с двигателни увреждания се сблъскват главно с архитектурни и ергономични бариери. В допълнение, особена пречка пред автономността на хората с двигателни увреждания е липсата на просторни пространства, в които лицето да може да се движи с инвалидна количка. Премахването на тези бариери може да улесни други категории работници, като бременни, работници, загубили част от функционалността си поради злополука и др.

II) *Хора със сензорни увреждания:* Глухите и хората с увреден слух се сблъскват с пречки при информацията, когато тя се предоставя само чрез аудио системи и при устна комуникация, когато няма превод на езика на знаците. Слепите и хората с увредено зрение се сблъскват с пречки, свързани с ориентацията им в пространството (липса на цветови контрасти по стените, липса на релефни табели и др.).

8. ИНСТРУМЕНТИ ЗА ПРЕМАХВАНЕ НА ПРЕПЯТСТВИЯ

I) **Достъпност.** „Достъпност“ означава тази характеристика на

средата (физическа, структурирана или електронна), услугата или стоката, която осигурява автономен, безопасен и удобен подход, използване от всички потребители без дискриминация по пол, възраст, увреждане и други характеристики (телосложение, сила, възприятие и др.). „Универсален дизайн“ или „Дизайн за всички“ означава дизайн на продукти, среди, програми и услуги, които могат да се използват от всички хора във възможно най-голяма степен, без необходимост от персонализиране или специализиран дизайн. Терминът „универсален дизайн“ не изключва помощни устройства за специфични групи хора с увреждания, когато е необходимо (вижте член 2 от Конвенцията на ООН за правата на хората с увреждания). Разликата между достъпността и универсалния дизайн е, че последният взема предвид достъпността от оригиналния дизайн.

II) Разумни подобрения. „Разумни подобрение“ означава „необходимите и подходящи корекции и мерки, които не налагат непропорционална или неразумна тежест, когато това се изисква в конкретен случай, за да се осигури за хората с увреждания удоволствие или упражняване на равни начала заедно с други, на всички човешки права и основни свободи“ (член 2 от Конвенцията на ООН). Освен това законодателството предвижда, че работодателят е длъжен да предприеме всички подходящи мерки за всеки отделен случай, за да имат лица с увреждания или хронични заболявания достъп до работа, както и възможност за участие в професионално обучение, при условие че тези мерки не налагат непропорционална тежест на работодателя (т.е. цената им не е толкова висока, че да създаде финансов проблем за компанията). Тежестта не се счита за непропорционална, когато е адекватно компенсирана от мерки за защита, предприети в контекста на изготвянето на политики за хора с увреждания или хронични заболявания (напр. държавно спонсориран бизнес грант за извършване на разумни корекции на работници с увреждания или хронични заболявания). Условие за извършване на съответното подобрение, е служителят да я поиска, когато увреждането/хроничното състояние не е очевидно. Ако е очевидно, тогава работодателят може учтиво да попита служителя от

какво се нуждае, за да може да изпълнява задълженията си. „Разумни подобрения“ не са синоним на „достъпност“, тъй като първите са индивидуализирани, докато вторите се отнасят за всички хора с увреждания като група.

„Разумните подобрения“ накратко се отнасят до:

а) адаптиране на съоръженията в сградата, в която се намира компанията (напр. изграждане на рампа за удобно движение с инвалидна количка)

б) адаптиране на работното място и мебелите (напр. инвалидна количка- достъпен офис);

в) предоставяне на помощни технологии (напр. оборудване, специален софтуер, технически помощни средства);

г) промяна на политики/процедури/практики, прилагани от компанията и които затрудняват работника с увреждане или хронично заболяване (напр. гъвкаво работно време, възможност за работа от вкъщи, възможности за бързо излизане от сградата при спешни случаи и т.н.);

д) разпоредбата „форми на помощ на живо и посредници“, като преводачи на жестомимичен език, слепи четящи и придружители, лични обучители за изучаване на предмета на работа за хора с интелектуални затруднения и др.

III) Информация/осведоменост на персонала.

Осведомеността на персонала по проблемите на уврежданията / хроничните заболявания и равното третиране допринася значително за създаването на благоприятна среда за служителите с увреждания. За осъществяване на информационни / разяснителни действия, компанията може да си сътрудничи с организации на хора с увреждания и хронични заболявания.

9. ПОЛОЖИТЕЛНИ МЕРКИ

Няма съмнение, че изключването на уязвимите групи зависи от социалните условия, поведението на групите, както и от прилаганите политики и програми.

Както бе споменато по-горе, недостатъците и изключването, които изпитват хората с увреждания, е не поради тяхното увреждане, а поради реакцията на обществото спрямо тези увреждания, както и законите, политиките и програмите (MOT, 2011).

Изглежда има връзка между правителствените политики, системите за обезщетения и провала на социалната интеграция на уязвимите групи (Colin Barnes, 2008: 6). Въпреки това е важно да се обърне внимание на фактори като социални и институционални бариери, които засягат живота на хората с увреждания, както е посочено в социалния модел на уврежданията (Roulstone, 2004: 18).

Социалните бариери влияят пряко върху нивото на заетост. Хората с увреждания продължават да изпитват значително по-ниски нива на заетост в сравнение с останалата част от населението, въпреки увеличаването на броя на хората с увреждания и законодателството за забрана на дискриминацията поради увреждане (Chabot, 2013: 1).

Следва списък с положителни мерки, които могат да бъдат предприети за интегриране на хората с увреждания в работата.

Квотни системи или задължителни назначавания

Положителна мярка е квотната система ("*Quota System*"). Повечето държави в Европа и света имат квотни системи, но те са доста различни една от друга. Основните им разлики се отнасят до следното:

I) От вида на задължените органи в повечето европейски страни задължението за настаняване засяга както публичния, така и частния сектор. Изключения са Белгия и Ирландия, страни, пред които е

отговорна само обществеността. В някои страни някои служби, като армията, полицията, пожарната (Чехия), са изключени от прилагането на задължителните стажове. Туристически и транспортни компании, неправителствени организации и синдикати (Италия) също могат да бъдат изключени.

II) В групите, които са защитени- в повечето държави принудителното назначаване засяга само популационната група хора с увреждания, тъй като включването на други групи (каквото е случаят с квотната система на Гърция, чрез която освен хората с увреждания, многодетните семейства и децата на бойците от съпротивата са защитени) биха създали проблеми във функционирането на цялата система, тъй като различните групи имат различни характеристики и различни нужди. В някои европейски страни всъщност се дава право на работодателя, вместо задължително назначаване на конкретно лице, да може да избира между повече кандидати със сходна квалификация.

III) Процентът на задължителните пласирания на европейско ниво процентът на задължителните стажове варира от 2% до 7%. Задължителните фирми обаче в повечето случаи са тези с численост на персонала доста под 50 души, предвидени от гръцката квотна система, достигащи до 15 служители. Във Франция например през 2018 г. задължителният процент на наемане на хора с увреждания в публичния и частния сектор беше 6% за компании с повече от 20 служители. Освен това в Германия през същата година задължителните стажове възлизат на 5% в компании с повече от 20 служители, докато в Италия процентът на тези стажове е мащабируем, т.е. 7% за компании с повече от 50 служители, 1 служител с инвалидност за компании с 15 до 35 служители и 2 служители с увреждане за компании с 36 до 50 служители.

IV) В точковата система Степента на защита (точкуване) в рамките на квотната система (главно в Германия, Франция и Чешката република) често се предоставя въз основа на индивидуалните

характеристики на всеки кандидат, като например неговата степен на увреждане, а в някои случаи и пол, възраст, причина за увреждане или дори ако кандидатът идва от някаква форма на алтернативна заетост (защитена или подкрепена).

V) Видът на предвидените санкции при отказ от задължителни настанявания В няколко европейски страни невъзможността или нежеланието на работодателите да наемат защитени лица се заменя с плащането на глоба (данък). Събраните пари се използват за финансиране на заетостта на хора с увреждания или за прилагане на политики в тяхна полза. Това е алтернативно изпълнение, което улеснява бизнеса в екстремни случаи. Такова плащане обаче не се предвижда, когато публичният сектор е отговорен, но такова изпълнение не покрива цялата задължителна квота и е изключение.

Например през 2014 г. в Чешката република размерът на глобата съответстваше на 1½ от средната работна заплата и събраните пари бяха използвани за субсидиране на онези работодатели, които наеха хора с увреждания от 50% или повече от общия брой служители в техния бизнес.

В Словакия през същата година размерът на тази глоба беше три пъти основната заплата и събраните пари - от Службата за регионална заетост, социални и семейни въпроси - бяха използвани за насърчаване на заетостта на хората с увреждания.

В Унгария глобата е в размер на 258% от основната заплата, а парите, събрани в специален фонд, са използвани за субсидиране на програми за обучение и създаване на нови работни места за хора с увреждания.

В Германия размерът на глобата се изчислява въз основа на нивото на спазване на квотната система. Парите, които също бяха набрани в специален фонд, бяха използвани за финансиране на мерки за насърчаване на заетостта на хората с увреждания.

Също така в много европейски страни има частична или пълна замяна на задължението на работодателите да наемат хора с увреждания чрез закупуване на продукти от фирми, защитени

производствени лаборатории (PPL) и социални предприятия.

Например във Франция през 2014 г. една компания може да замени половината от задължението си с покупка на продукти.

В Чешката република компаниите биха могли напълно да заменят задължението си, като закупуват продукти или услуги от PPLs или от други лаборатории, в които работят хора с увреждане от 50% или повече от общия им персонал.

В Германия 50% от сумата, която са отделили за закупуване на продукти от институции като тези, споменати по-горе, могат да бъдат приспаднати от глобата, която компаниите трябва да платят за неспазване на квотната система.

10. ЦЕЛЕВИ ИНТЕРВЕНЦИИ

- **Субсидия за заетост на хора с увреждания**

Целта на програмата е разкриване на нови работни места чрез субсидиране на част от разходите за работна заплата и несвързаните с работната заплата разходи, съответстващи на сбора на осигурителните вноски, въз основа на които заплата съответстват на размера на минималната основна работна заплата, определена всеки път от Националния общ колективен трудов договор.

- **Местни действия за социална интеграция на уязвими групи от населението**

Целта на тази програма е да осигури създаването на работни места чрез активиране и мобилизиране на местни агенции за безработни, принадлежащи към социално уязвими групи, които се нуждаят от комбинирани интервенции, за да могат да се интегрират или да влязат отново на пазара на труда. Следователно Програмата включва дейности като образование и обучение, стажове в частни компании, изготвяне на бизнес план, специализирани услуги за оценка и проучване за създаване на нов бизнес, подкрепа по правни и данъчни въпроси. Целта на програмата е безработните бенефициенти след завършване на подготовката да могат: да създадат компании, които ще се възползват от специфичните характеристики на своя район; да придобият условията да бъдат субсидирани/отпускани от други инвестиционни програми; да развият умения, които ще отговорят на идентифицираните нужди на местните компании, които ще ги наемат.

- **Предоставяне на стопанска дейност на хора с увреждания**

В допълнение към зависимата и самостоятелната заетост, друга форма на заетост е правенето на бизнес.

11. ПОМОЩНИ ТЕХНОЛОГИИ НА РАБОТНОТО МЯСТО

По-долу е индикативно представяне на помощни технологии по категория увреждания.

- Помощна технология за незрящи: аудиосистеми, софтуер за четене на екрана, брайлови текстови принтери, брайлови инструменти за превод, брайлови регистратори на данни, механизъм за оптично разпознаване на знаци, детектор на реч.

- Помощна технология за хора с увредено зрение: къси светлини/ярък екран на дисплея, големи монитори с висока разделителна способност, компютърни екрани с много големи знаци, стандартен материал с много големи знаци, големи разпечатки, избор на цветове и цветови контрасти, помощни средства за писане.

- Помощна технология за хора с двигателни увреждания: основен контрол на нивото на повторение, алтернативни клавиатури, устройства, които не изискват допълнителни клавиатури, софтуер за предсказване на думи, аудио разпознаване, роботизирани устройства, алтернативни компютърни мишки, основни функции за безопасност, аудио слушалки, основно рамо (за слушалки, микрофони и др.), слушалки с облегалка за глава.

- Спомагателни технологии за глухи и хора с увреден слух: компютърни визуални помощни средства, слухови апарати и усилватели, телефони с декодери за говор, телефони, които превеждат писмено на говорим език, системи за сигнализация,

видеозаписи със заглавия и субтитри или жестомимичен превод.

12. СЪЮЗ НА РАВЕНСТВОТО: СТРАТЕГИЯ ЗА ПРАВАТА НА ХОРАТА С УВРЕЖДЕНИЯ 2021-2030

На официалния уебсайт на Е.У. е обявена *Стратегия за правата на хората с увреждания 2021-2030 г.*, според която: „За постигане на по-нататъшен напредък в осигуряването на пълноценно участие на хората с увреждания, новата и подсилена Стратегия за правата на хората с увреждания 2021-2030 г. ще ръководи действията на държавите-членки, както и на институциите на ЕС, като се основава на постиженията на предишните десет години и предлага решения на предстоящите предизвикателства. Новата стратегия ще помогне за постигането на приоритетите на президента фон дер Лайен за изграждане на Съюз на равенството и постигане на европейския стълб на социалните права.

- Каква е целта на стратегията?

Стратегията за правата на хората с увреждания 2021-2030 има за цел да се справи с разнообразните предизвикателства, пред които са изправени хората с увреждания. Той има за цел да постигне напредък във всички области на *Конвенцията на ООН за правата на хората с увреждания*, както на ниво ЕС, така и на ниво държави-членки. Целта е да се гарантира, че хората с увреждания в Европа, независимо от техния пол, раса или етнически произход, религия или убеждения, възраст или сексуална ориентация:

- ползват човешките си права;
- имат равни възможности;
- имат равен достъп до участие в обществото и икономиката;
- могат да решават къде, как и с кого да живеят;

- могат да се движат свободно в ЕС, независимо от нуждите си от подкрепа;
- вече не изпитват дискриминация.“

Можете да изтеглите стратегията от Съюз за равенство тук: Стратегия за правата на хората с увреждания 2021-2030.

13. ИЗВОДИ

През последните години бяха предприети много действия, за да се гарантира защитата на правата на хората с увреждания и да се повишат възможностите им за заетост. Въпреки това има още много да се направи и от всяка държава се изисква да адаптира действията си според специфични нужди и приоритети.

Според участниците в проучването на *OPM & Ipsos (2014)* са необходими промени, за да могат работодателите да бъдат информирани относно подкрепящи действия, които позволяват на хората с увреждания да останат и да бъдат ефективни на работа.

Освен това, според изследването, хората с увреждания смятат, че е необходим напредък по отношение на достъпността на процесите на обучение и кандидатстване за работа, включително разумни подобрения. Също така се посочва, че има нужда от повече

подкрепя при кандидатстване и намиране на работа. Следователно държавата трябва да играе по-важна роля в прилагането на политиките по заетостта. Възприемането на социалния модел на уврежданията е необходимо, за да доведе до значителни промени в гледната точка на заетостта и уврежданията на политическо ниво. Според професор Колин Барнс (2008), ако правителствата са решени да се справят с проблемите на хората с увреждания при заетостта, те трябва да създадат политики, които възприемат по-холистичен подход, който ще бъде укрепен и прилаган с решителност. Според Барнс премахването на пречките пред заетостта е възможно само чрез политики за приемане и развитие с ясен фокус върху търсенето на работна ръка (социалната организация на труда) и икономическите и социални структури, които го поддържат. Те включват образователни системи, здравни и социални услуги, транспортни системи, жилищни услуги и такива за свободното време. Всичко по-горе е адаптирано към нуждите на хората без увреждания, което засилва трудностите, пред които са изправени хората с увреждания на пазара на труда. Освен това Roulstone (2004) твърди, че услугите трябва да осигурят потребителите и техните организации във всеки процес на оценка и поставяне на цели. Освен това, тъй като социалният модел предоставя нов начин за разглеждане на уврежданията, има важни начини, които се прилагат към проблемите на заетостта и уврежданията:

- Ново разглеждане на уврежданията в изследванията, политиката за стипендии и правенето на политики
- Прилагане на социалния модел и независим живот в сферата на заетостта
- Подобряване на възможностите за заетост

Освен това **„Световният доклад относно уврежданията“**, от 2011г. на Световната здравна организация (СЗО) счита, че има много пречки, пред които са изправени хората с увреждания, но с

участието на различни сектори, като образование, здравеопазване, социална защита, работа, транспорт, жилищно настаняване и различни заинтересовани страни- правителства, професионалисти, частен сектор, организации на гражданското общество, хора с увреждания и техните семейства, широка общественост, медии, те могат да бъдат премахнати.

Препоръките на СЗО включват:

1. Достъп до всички конвенционални системи и услуги (интегриране)

Концепцията за мейнстрийминг се отнася до процеса на премахване на бариерите, пред които са изправени хората с увреждания на всички нива. Те включват промени в политиките, средата, законодателството, стандартите, стратегиите и плановете. Концепцията за интегриране не само гарантира зачитане на човешките права на хората с увреждания, но също така може да се окаже полезна по отношение на намаляване на разходите.

2. Инвестиции в специфични програми и услуги за хора с увреждания

В допълнение към интегрирането има нужда от специални услуги като рехабилитация, обучение или подкрепа, технологични приложения, услуги за независим и автономен живот.

3. Приемане на национална стратегия за хората с увреждания и план за действие

Всяка национална стратегия трябва да има за цел да подобри жизнения стандарт на хората с увреждания. Стратегиите и плановете за действие трябва да вървят ръка за ръка с анализа на съществуващото положение във всяка страна, като се вземат предвид фактори като нуждите от услуги, социалната и политическата ситуация, ефективността на съществуващите услуги и възникващите пропуски, както и екологичните и социалните бариери.

4. Включване на хора с увреждания

Хората с увреждания трябва да бъдат овластени да участват сами във вземането на решения, тъй като те познават условията на живот и нуждите си по-добре от всеки друг. От хората с увреждания се изисква да имат контрол и избор в живота си, а за участващите се изисква да бъдат консултирани относно решенията, които ги засягат.

5. Подобряване капацитета на човешките ресурси.

Уменията за човешки ресурси могат да се окажат безценни във всяка област. Персоналът трябва да бъде обучен по принципите на правата на човека и проблемите с уврежданията.

6. Осигуряване на адекватно финансиране

Необходимо е адекватно и устойчиво финансиране на публичните услуги, за да се гарантира предоставянето им с добро качество на всички бенефициенти. Публичните услуги и планове за действие за хората с увреждания трябва да отчитат устойчивостта на мерките. Освен това всички услуги във всеки сектор (частен, публичен, с нестопанска цел) могат да участват, за да се гарантира предоставянето на по-качествени услуги. И накрая, хората с увреждания имат допълнителни разходи поради тяхното увреждане, изискват се увеличени здравни обезщетения и застрахователно покритие.

7. Повишаване на информацията и познанията на населението като цяло

Повишаването на осведомеността и знанията на общото население е жизненоважно за борбата със стигмата и стереотипите, свързани с уврежданията. За постигане на социално включване е важно да се увеличи взаимното уважение и познаване на хората с увреждания.

8. Подобряване на събирането на данни за хора с увреждания

Жизненоважно е да разполагаме с подробни и точни данни за хората с увреждания и условията им на живот. Те могат да бъдат

особено полезни за планирането, мониторинга, прилагането и сравнението на политиките за хората с увреждания на национално и международно ниво. Специализирани проучвания могат да предоставят информация за необходимостта от нови услуги, нивото на живот и др.

9. Подобряване и подкрепа на изследванията, свързани с уврежданията

Изследването е важен инструмент за разбиране на проблемите с уврежданията. Следователно изпълнението на изследователски проекти е свързано с различни аспекти на уврежданията и техните ефекти върху ежедневието.

В заключение, въпреки че има значителни пречки и особености при прилагането на политиките по заетостта, едно нещо трябва да се приеме за даденост: хората с увреждания са креативни, те могат да допринесат за обществото, да придобият активна роля и професионална идентичност.

ИЗТОЧНИЦИ

- Achterberg T. J. Wind H., A. G. E. M. de Boer & M. H. W. Frings-Dresen (2009). Factors that Promote or Hinder Young Disabled People in Work Participation: A Systematic Review. *Journal of Occupational Rehabilitation*. 19: 129–141
- Areheart, B.A.; Stein, M.A. (2015) The Disability-Employability Divide: Bottlenecks to Equal Opportunity. *Mich. Law Rev.* 113: 877–896
- Ardore, V. (2013) Lavoro Temporaneo tra Percezioni di Precarietà e Flessibilità in Tempo di Crisi. Master's Thesis, University of Milano-Bicocca, Milan, Italy
- Barnes, C. (2008). Disability, the organization of work, and the need for change. (Statement was presented to the Organisation for Economic Cooperation and Development Conference 'Transforming Disability Into Ability', March 17th 2008). Available at <http://disabilitystudies.leeds.ac.uk/library/>
- Bassi, M.; DelleFave, (2007) A. L'esperienza della disabilità: Selezione psicologica e promozione del benessere. *Psicologia Della Salute* 1: 33–48
- Chabot, L. (2013). Institutional barriers to employment for individuals with disabilities. Schmidt Labor Research Center Seminar Series 3. Available at: http://web.uri.edu/lrc/files/Chabot_Employment_Barriers.pdf
- European Union. Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030, [Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030](#)
- Gender Equality and Diversity Branch (GED), Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB) & Menze, J. (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies.

Geneva: International Labour Organization

- Greek National Confederation of Persons with Disabilities (2005) reference text entitled "Accessibility. The keytoeliminatingdiscrimination ", Athens
- International Labour Organization (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies. Gender, Equality and Diversity Branch (GED) / Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB). Available at http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/ifp_skills/documents/publication/wcms_407646.pdf
- Kulkarni, M.; Gopakumar, K.V. (2014) Career management strategies of people with disabilities. Hum. Resour. Manag. 53: 445–466
- Lindsay, S.; Adams, T.; McDougall, C.; Sanford, R. Skill (2012) development in an employment-training program for adolescents with disabilities. Disabil. Rehabil. 34: 228–237
- OPM & Ipsos MORI (2014). Removing barriers, raising disabled people's living standards
- Roulstone, A. (2004). Disability, Employment and the Social Model. In Barnes, C. & Mercer, G. (eds.). 2004: Disability Policy and Practice: Applying the Social Model. Leeds: The Disability Press, pp. 18-34
- Smith, P.; Routel, C. (2010) Transition failure: The cultural bias of self-determination and the journey to adulthood for people with disabilities. Disabil. Stud. Q. 30: 175–182
- Telwatte, A.; Anglim, J.; Wynton, S.K.; Moulding, R. (2017) Workplace Accommodations for Employees with Disabilities: A Multilevel Model of Employer Decision-Making. Rehab. Psychol. 62: 7–19

- Vlachou, A.; Papananou, I. (2018) Experiences and Perspectives of Greek Higher Education Students with Disabilities. Educ. Res. 60: 206–221
- United Nations. Convension on the Rights of Person with Disabilities. [Convention on the Rights of Persons with Disabilities \(CRPD\) | United Nations Enable](#)
- World Health Organization (2011). Summary: World Report on Disability. Geneva: W.H.O.

ОТНОСНО

Асоциация за образование и развитие на хора с увреждания

(Гърция): Нашата асоциация иска да даде възможност на членове ни да бъдат включени в много сектори. Институцията организира курсове в сътрудничество с други институции, като курсове по компютри, счетоводство, език и т.н. От друга страна, целта на асоциацията, е чрез нашите дейности да предостави възможност на нашия образователен персонал (социолози, професори и др.) придобиване на опит и знания за правилна педагогическа практика по отношение на хора със специални потребности и професионално обучение. Всички обучаеми са хора със специални нужди. Освен това, чрез дейностите ни, се стремим да предоставим на хората с увреждания умения, за да осигурим трудова заетост. За съжаление нивото на безработица сред хората с увреждания в Кавала е много високо не само поради липсата на умения от страна на хората с увреждания, но и защото служителите не са свикнали да дават шанс на хората с увреждания да работят. Смятат, че няма да успеят да покрият очакванията. Сътрудничеството с различни организации ще обогати знанията и опита им, тъй като ще имат възможност да се срещнат с нови хора с различни идеи и култури. Асоциацията е основана от членове, които са предимно с увреждания и семейства, за да предложи работа, образование и професионална рехабилитация на хора с увреждания. Създаването на асоциацията беше средство за подобряване на ежедневието на хората с увреждания и освен това за придаване на колективен характер на исканията на членовете.

Асоциацията предлага:

- Консултативна и психологическа подкрепа на обучаемите и техните семейства
- Програми за разпространение на социализация и образование
 - Педагогически програми
 - Компютърни и счетоводни курсове
 - Програми за вътрешна икономика
 - Програми по гимнастика и лека атлетика
 - Развлечение и творческа дейност

Асоциацията дойде да запълни една празнина в град Кавала. Имаме глас и присъствие, надежда и перспектива. Поради тази причина приемането от местната общност е положително и окуражаващо! Членовете и служителите на нашата асоциация са професионални обучители на възрастни или експерти в области, които са свързани с образованието за възрастни. Всички участват в материализиране на образователни или изследователски проекти и имат голям опит в този сектор. Нашата асоциация е реализирала проекти, финансирани от ЕС, като нашият персонал е много опитен и има пълни познания относно правилата, икономическото управление и др. за реализирането на даден проект. Целият ни персонал се състои от много квалифицирани хора, които говорят свободно английски, имат добри ИКТ умения и имат опит в използването на инструменти за неформално образование. Зад нашия екип има много партньори от различни области, подбрани така, че да отговарят на нуждите, свързани с изпълнението на даден проект и развитието на различни дейности. С включването на този екип нашата асоциация прояви голям интерес към изпълнението на проекта и гарантира успешното му изпълнение. Включването ни в проекта ще бъде важно, защото ще успее да внесе необходимия професионализъм. Ние се стремим да подобрим качеството на проекта и да постигнем максимални резултати.



6. Етично представяне на устойчиви цели в туристическия сектор

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът е един от най-бързо развиващите се икономически сектори през последните десетилетия и се счита за основен участник в създаването на работни места, икономическото развитие, опазването на околната среда и борбата с бедността. Разбира се, добре планираният и успешен туризъм може да помогне за опазването на природното и културно наследство, от което зависи, да подкрепи приемащите общности, да създаде търговски възможности и да насърчи мира и межкултурното разбирателство.

Въпреки това нарастващият брой хора, които пътуват в международен и национален мащаб всяка година, също създава натиск по отношение на емисии на парникови газове, икономически загуби, управление на ресурсите и въздействие върху местните общности и културното наследство. Следователно положителният му принос за устойчивото развитие и смекчаването на негативните ефекти от сектора изисква решителни действия от всички заинтересовани страни.

Всъщност туризмът може и трябва да играе важна роля, предоставяйки устойчиви решения за хората и планетата. Чрез утвърждаването на тази задача за генериране на просперитет, подобряване на поминъка и опазване на околната среда, секторът сега се счита за основен за устойчивото развитие на страните.

2. ТУРИЗМЪТ: ФАКТОР ЗА РАСТЕЖ И РАЗВИТИЕ

Глобалната туристическа икономика се разраства стабилно през последните шест десетилетия, поемайки ключова роля в създаването на работни места, допринасяйки за износа на услуги и добавената стойност.

Средно за страните от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) туризмът допринася пряко за 4,4% от БВП, 6,9% от заетостта и 21,5% от износа, свързан с услуги.

Растежът през втората половина на двадесети век и през

двадесет и първи век се дължи на факта, че достъпът до туризъм прогресивно се разширява благодарение на признаването на правото на почивка във *Всеобщата декларация за правата на човека*, приемането на труда, права в много страни и нарастването на средната класа по света.

В допълнение, през последните десетилетия прилагането на нови технологии в сектора и намаляването на цените на транспорта, особено на самолетите, спомогнаха за увеличаването на международните пътувания.

2.1 Международен туризъм преди и след пандемията

В периода преди пандемията, благодарение на относително силната глобална икономика, нарастващата средна класа в нововъзникващите икономики, технологичните иновации, достъпните разходи за пътуване и улеснените визови режими, международният туризъм отбеляза ръст от 5% през 2018 г., достигайки 1,4 милиарда туристи.

В същото време генерираните от туризма приходи от износ през 2018 г. нараснаха до 1,7 трилиона долара, превръщайки сектора в наистина глобална сила за икономически растеж и развитие, насърчавайки създаването на нови и по-добри места за пътуване. Те работят и действат като катализатор за иновации, играейки жизненоважна роля за подобряване на живота на цели общности.

Въпреки това COVID-19 предизвика икономически кризи по света и туристическият сектор бе сериозно засегнат. Хотелиерството и туризмът пострадаха от пълни забрани за пътуване, строги ограничения, блокирания и нови разпоредби за здраве и безопасност, насочени към предотвратяване на разпространението на новия коронавирус и управлението на кризата, причинена от пандемията. Проучванията също така показват въздействието на възприятието за риск върху поведението при пътуване и туристическите решения по време и след пандемията от COVID-19.

Графика: Международни туристически пристигания януари-декември 2020 г., от Световната организация по туризъм (UNWTO) <https://www.unwto.org/>



Visual: UNWTO, International tourist arrivals, <https://www.unwto.org/>

Не се очаква туризмът да се възстанови до 2023 г. Международният туризъм е намалял със 74%, въздушните пътувания с 60% и в резултат на това CO2 също е намалял с 6% през 2020 г. В допълнение, предприятията за настаняване и туристическите агенции отбелязват спад в оборота от 9,3%, а заетостта в сектора за настаняване е намаляла с 21,5%. Докато международният е намалял с около 80%, вътрешният туризъм е помогнал за смекчаване на проблема.

Първите данни за 2022 г. от Световния туристически барометър на Световната организация по туризъм (COT) показват, че увеличението на нивата на ваксиниране, съчетано с облекчаването на ограниченията за пътуване, е допринесло за умереното възстановяване на международния туризъм през втората половина на 2021 г. с намаление от 62% от международни пристигания както през третото, така и през четвъртото тримесечие в сравнение с нивата преди пандемията.

Темпът на възстановяване обаче остава бавен и неравномерен в различните региони на света, поради различната степен на ограничение на мобилността, нивата на ваксиниране и доверието на пътниците. Европа и Америка се представиха по-добре през 2021 г., отколкото през 2020 г. (съответно + 19% и + 17%), но и двете все още са под нивата от преди пандемията от 63%.

По подрегиони Карибите отбелязаха най-добро представяне (+ 63% в сравнение с 2020 г., въпреки че с 37% под 2019 г.), като някои дестинации се доближиха или надвишиха нивата от преди пандемията. Южна Средиземноморска Европа (+ 57%) и Централна Америка (+ 54%) също отбелязват значително възстановяване, но остават съответно на 54% и 56% в сравнение с нивата от 2019 г. Северна Америка също (+17%) и Централна и Източна Европа (+18%) надвишиха нивата от 2020 г.

Междувременно Африка регистрира 12% увеличение на пристигащите през 2021 г. в сравнение с 2020 г., въпреки че все още е със 74% по-малко от 2019 г. В Близкия изток пристигащите са намалели с 24% в сравнение с 2020 г. и 79% в сравнение с 2019 г. В Азия и в Тихия океан пристиганията все още са с 65% под нивата от 2020 г. и с 94% под стойностите преди пандемията, тъй като много дестинации остават затворени за пътувания, които не са наложителни.

3. УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ

Често устойчивият туризъм се възприема като вид сам по себе си, който засяга само ниша от потребители, по-специално тези, чувствителни към екологични и социални въздействия, такъв, който в сравнение с масовия туризъм се счита за по-малко успешен.

Въпреки това е важно да се изясни, че терминът „устойчив туризъм“ означава туризъм, основан на принципите на устойчивото развитие, тоест „процес, който задоволява нуждите на настоящето, без да компрометира възможността за бъдещите поколения да задоволяват собствените си нужди“, както е определено от *Световната комисия по околна среда и развитие (1987 г.)*. Следователно основната цел е да направим всички видове туризъм устойчиви.

Устойчивото развитие се основава на съзнателното използване на ресурсите на планетата. От първото определение през 1987 г. концепцията за устойчиво развитие се разви, като сега включва това, което се признава за нейните **три стълба**:

Икономическа устойчивост или възможността за генериране на просперитет на различни нива на обществото и справяне с ефективността на разходите на всички икономически дейности.

Социална устойчивост, т.е. зачитане на човешките права и равни възможности за всички в обществото. Следователно е необходимо справедливо разпределение на ползите, като се обърне особено внимание на борбата с бедността. Акцентът е поставен върху местните общности с цел поддържане и укрепване на техните животоподдържащи системи, разпознаване и зачитане на различните култури и избягване на всякаква форма на експлоатация.

Устойчивостта на околната среда, т.е. опазването и управлението на ресурсите, особено тези, които са невъзобновими или са от съществено значение за живота. Следователно са необходими действия, насочени към намаляване на замърсяването на въздуха, земята и водата, както и опазване на биологичното разнообразие и природното наследство.

Устойчив икономически растеж може да бъде постигнат чрез туризъм, опазване на околната среда, поддържане на природните ресурси, създаване на работни места, повишаване на културното многообразие и признаване на ценностите на културното наследство. Концепцията за устойчивост на туризма постепенно се разраства в световен мащаб и се превръща в доминиращ аспект в съвременния бизнес, тъй като компаниите трябва да отговарят на изискванията на заинтересованите страни относно управлението на околната среда.

Тази тясна и пряка връзка между устойчивото развитие и туризма създава деликатна ситуация, в която последният може да бъде много вреден, но и много положителен за устойчивото развитие.

Когато говорим за устойчивия туризъм, може да отбележим следните позитиви:

- Осигуряване на нарастващ източник на възможности за развитие на бизнеса и създаване на работни места, както и стимулиране на инвестиции и подкрепа за местни услуги, дори в най-отдалечените общности;

- Осигурява осезаема икономическа стойност на природните и културните ресурси, която може да се превърне в директен приход от разходите на посетителите за тяхното опазване и увеличаване на подкрепата за опазване от страна на местните общности;

- Насърчаване на межкултурно разбирателство и мир.

Наред с положителните ефекти върху икономиката и обществото, той крие и рискове за устойчивото развитие: работните места, създадени от туризма, често са сезонни и ниско платени, както и чувствителни към реални или предполагаеми промени в екологичните и социалните условия на дестинациите; ефектите върху приемащата общност не винаги са положителни; накрая, туристическото търсене силно зависи от здравословната природна среда и неговият екологичен отпечатък често е тревожен. Всъщност туризмът може да окаже пряк натиск върху крехките екосистеми (причинявайки деградация на физическата среда и унищожаването на дивата природа) и върху приемащите общности (водейки до разместването на местните жители). Освен това може да създаде

истинска конкуренция по отношение на използването на ресурсите на дадена дестинация, по-специално земя и вода, както и да допринесе



значително за местното и глобалното замърсяване.

Следователно устойчивият туризъм трябва да използва оптимално ресурсите на околната среда, които са ключов елемент от развитието на туризма, поддържайки основни екологични процеси и допринасяйки за опазването на природните ресурси и биоразнообразието. Също така е важно да се зачита социокултурната автентичност на приемните общности, да се съхранява тяхното изградено и живо културно наследство и традиционни ценности и да се допринася за межкултурното разбирателство и толерантност. И накрая, устойчивият туризъм трябва да осигури печеливши и дългосрочни икономически операции, осигурявайки социално-икономически ползи за всички заинтересовани страни, които са равномерно разпределени, включително стабилна заетост и стабилни възможности за доходи и социални услуги за приемащите общности, което може да допринесе за намаляване на бедността.

Поради тази причина развитието на туризма изисква информирано участие от всички заинтересовани страни, както и силно политическо ръководство, за да се осигури широко участие и да се изгради консенсус. Постигането на устойчив туризъм е непрекъснат

процес и изисква постоянен мониторинг на въздействията, въвеждане на необходимите превантивни и/или коригиращи мерки, когато е необходимо.

3.1 Различните форми на устойчив туризъм

Най-просто казано, устойчивият туризъм може да се определи като:

Туризм, който отчита напълно своите настоящи и бъдещи икономически, социални и екологични въздействия, отговаряйки на нуждите на посетителите, както и икономическото, социалното и екологичното въздействие, отговаряйки на нуждите на посетителите, индустрията, околната среда и приемащите общности.

Следователно да направим туризма по-устойчив означава да вземем предвид тези въздействия и нужди при неговото планиране, развитие и експлоатация. Това е непрекъснат процес на усъвършенстване, който се прилага и за туризма в градове, ваканционни курорти, селски и крайбрежни райони, планини и защитени общности и който може да се приложи към всички форми на туризъм.

С течение на времето феноменът е обогатен с много вариации, на първо място екотуризъм, който се фокусира върху опазването на природните и селските райони и има сред целите си подобряването на жизнения стандарт на местните жители и екологичното образование.



След това откриваме геотуризма, който се определя от *National Geographic Society* като форма на туризъм, която „подкрепя или подчертава географския характер на посещаваното място – неговата среда, неговото наследство, неговата естетика, неговата култура и благосъстоянието на неговите жители“, което затвърждава история, културни корени, традиции.

От друга страна, туризмът в полза на бедните, насърчаван от инициативата на COT (UNWTO) за устойчив туризъм за премахване на бедността, има за цел да намали бедността чрез подкрепа на някои проекти на социално, икономическо и екологично ниво, които включват дейности, чиято цел е да облекчат бедността, насърчаване на развитието и създаването на работни места за хора, живеещи с по-малко от един долар на ден.

Туризмът в общността, друга деклинация на сектора, съчетава

целите за балансирано развитие с дълбока чувствителност към екологичните въпроси: концепцията за устойчиво развитие всъщност се прилага за подобряване на качеството на живот на жителите, запазване на естествения ландшафт, осигуряване на високо ниво качествено преживяване за туристите и оптимизиране на местните икономически ползи.

И накрая, културният туризъм е основно фокусиран върху познаването и защитата на природното (растителност, дива природа, хидрологични и др.) и културното (ритуали, занаяти, музика, историческо, недвижимо и движимо имущество) наследство.

Общо изискване за различните форми на устойчив туризъм е способността му да отговаря на нуждите на туристите и дестинациите, като предоставя възможности за бъдещо развитие на екологично, социално, икономическо и културно ниво.

3.2 Пътят към устойчив туризъм

От 80-те години на миналия век се провеждат различни международни инициативи, които си поставят за цел насърчаването на по-устойчив туризъм.

Европейската харта за устойчив туризъм е първият официален документ в това отношение. Подписан е на Световната конференция по туризъм през 1995 г. и включва официално искане към правителствата да изготвят планове за устойчиво развитие на туризма. Освен това Хартата съдържа план за действие, състоящ се от поредица от конкретни линии, насочени към насърчаване на интегрирана стратегия за устойчиво развитие.

Гарантирането, че туризмът намалява своите отрицателни въздействия и увеличава положителните такива върху екологичното и социално-икономическото измерение на устойчивостта, също е цел на устойчивия туризъм, насърчавана от Световната организация по туризъм- COT, специализирана агенция на ООН, която се занимава с

координацията на политиките в областта на туризма и насърчава развитието на отговорен, устойчив и общодостъпен туризъм. COT се стреми да максимизира приноса на туризма към, наред с другото, международното развитие и разбирателство, като същевременно минимизира отрицателните му въздействия и обръща специално внимание на потенциала за растеж на развиващите се страни. Глобалният етичен кодекс в туризма (GCET), изготвен от организацията през 1999 г., представлява първата обща стъпка за насърчаване на устойчивия световен туризъм.

3.2.1. Глобалният етичен кодекс в туризма (GCET)

GCET е кодекс, който установява референтна рамка за отговорно и устойчиво развитие на световния туризъм. Това е цялостен набор от принципи, чиято цел е да ръководи заинтересованите страни в развитието на туризма: централни и местни власти и общности, туристическата индустрия и нейните професионалисти, а също така и посетителите (международни и местни).

Приет през 1999 г. от **Общото събрание на Световната организация по туризъм**, признаването му от Обединените нации две години по-късно изрично насърчи COT за ефективното проследяване на неговите разпоредби. Кодексът съдържа много от принципите на устойчивото развитие на туризма и има за цел да увеличи максимално ползите от сектора, като същевременно намали потенциалното отрицателно въздействие върху околната среда, културното наследство и обществата по света. Десетте члена от кодекса обхващат като цяло икономическите, социалните, културните и екологичните компоненти на пътуването и туризма.

Освен това, той поставя особен акцент върху специалната роля на туризма за взаимното разбирателство и уважение между народите; средство за индивидуална и колективна реализация. Отделни членове определят правото на туризъм („Перспективата за пряк и личен достъп до откриването и ползването на ресурсите на

планетата представлява право, еднакво отворено за всички жители на света“) и свободата на движение на туристите, основана отчасти на Всеобщата декларация за правата на човека. Документът също така определя правата на работниците и на туристическата индустрия по отношение на признаването, обучението, социалните грижи и др.

3.2.2. Цели за устойчиво развитие (ЦУР)

През септември 2000 г. 189-те държави-членки на ООН подписаха глобален съюз, който доведе до дефинирането на *Целите на хилядолетието за развитие (ЦХР)*. Сред поставените цели беше изкореняване на бедността и глада по света, постигане на всеобщо начално образование, осигуряване на екологична устойчивост и развитие на глобално партньорство за развитие. Този съюз приключи през 2015 г. и въпреки усилията и напредъка, постигането на целите се оказа прекъснато. Петнадесетте години работа всъщност разкриха големите трудности пред тези цели, като определянето на подходящи индикатори за измерване на напредъка или липса на яснота относно ролята на някои заинтересовани страни, като гражданското общество и частния сектор.

Въз основа на този опит през септември 2015 г., *Общото събрание на ООН* одобри дневния ред за периода 2015-2030 г. за устойчиво развитие и заедно с него Целите за устойчиво развитие, рамка, която включва седемнадесет цели и 196, чрез които държавите, гражданското общество и частният сектор могат да ръководят и измерват своя принос към устойчиво развитие до 2030 г. Тази нова програма е най-амбициозната досега и нейните цели са насочени към изкореняване на бедността, защита на планетата и осигуряване на равенство и просперитет, като за първи път позволява на бизнеса да играе водеща роля в нейното реализиране:

„Решаваме от сега до 2030 г. да сложим край на бедността и глада навсякъде; за борба с неравенствата в и между държавите; за изграждане на мирни, справедливи и приобщаващи общества; да защитава правата на човека; насърчаване равенството между

половете и овластяването на жените и момичетата; осигуряване



трайна защита на планетата и нейните природни ресурси. Решени сме също така да създадем условия за приобщаващ и устойчив икономически растеж, споделен просперитет и достоен труд за всички, като вземем предвид различните нива на национално развитие и капацитет.“

Visual: UNWTO, Tourism goals

Изображение: Туристически цели от Световната организация по туризъм- COT (UNWTO)

Устойчивият туризъм е твърдо позициониран в плана за развитие след 2015 г. Но за изпълнението е необходима е ясна рамка с адекватно финансиране и инвестиции в технологии, инфраструктура и човешки ресурси.

Туризмът може да допринесе пряко или косвено за всички тези цели. Съгласно този принцип секторът присъства като цел в три от седемнадесетте ЦУР, а именно: *ЦУР 8 за „Достоеен труд и икономически растеж“* („До 2030 г. разработете и приложете политики за насърчаване на устойчив туризъм, който създава работни места и насърчава местната култура и продукти“), *ЦУР12 относно „Отговорно потребление и производство“* („Разработване и прилагане на инструменти за наблюдение на въздействието върху развитието за устойчив туризъм, който създава работни места, насърчава местната култура и продукти“) и *ЦУР14 относно „Морски живот“* („до 2030 г. увеличаване на икономическите ползи от SIDS и LCDs от използването на морските ресурси, включително чрез устойчиво управление на риболова, аквакултурата и туризма“).

Въпреки това, със своя широк обхват и въздействие, секторът може и трябва да допринесе, пряко и косвено, за постигането на всичките седемнадесет цели за устойчиво развитие, от приобщаващ растеж и изкореняване на крайната бедност до борба с изменението на климата, от насърчаване на равенството между половете до опазването на морските и сухоземните екосистеми, от насърчаване на диалога между различните култури до подобряване на взаимно разбирателство и мир. Ако обаче не се управлява добре, същият може също да допринесе за унищожаването на нашите уникални културни ценности, да увреди околната среда и да наруши социалните структури.

Следователно, за да се увеличи максимално положителното му въздействие и да се намалят неговите потенциални рискове, цялата туристическа общност - включително политиците, бизнеса, туристите и други заинтересовани страни в сектора, както и общността за развитие като цяло - ще трябва да работят заедно, за да насърчаване на отговорен и устойчив туризъм по света. Правителствата ще трябва да разработят ефективни и стабилни политически рамки за устойчиво развитие на туризма; частният сектор ще трябва да демонстрира пълния си ангажимент за устойчивост в основните бизнес модели с по-решителни действия; и международната общност ще трябва да следва по-благоприятен подход към финансирането, за да реализира

пълния му потенциал като двигател на устойчивото развитие и постигането на ЦУР.

Световната организация по туризъм- COT си постави за мисия да популяризира приноса на туристическия сектор към ЦУР. COT всъщност работи, за да допринесе, чрез техническа помощ и обучение, за постигането на ЦУР, особено по отношение на целите, в които е изрично споменат (ЦУР 8, 12 и 14).

Докато повечето страни виждат туризма като ключов фактор за всичките седемнадесет ЦУР, политиците в сферата на туризма изглежда не упражняват достатъчно влияние върху националното планиране на ЦУР, трябва да се ангажират и да си сътрудничат с други министерства, с частния сектор, да се проучи напълно и възползва от взаимовръзките с други сектори и индустрии.

В същото време те трябва да бъдат добре информирани за текущия принос на частния сектор към ЦУР, за да разберат и запълнят пропуските, които все още съществуват, чрез благоприятна политическа среда и насърчаване на иновациите и други нови технологии. ЦУР предоставят отлична рамка за по-тясно публично-частно сътрудничество, при което туризмът може далеч да надхвърли настоящите очаквания по отношение на приноса му към хората, планетата, просперитета и мира.

3.2.3. Предизвикателствата на туристическия сектор



Visual: Global Climate Strike and International Climate Action Summit March on Sustainable Development Goals, BAKU, AZERBAIJAN 9.26.2019

Изображение: Глобална климатична стачка и Международна среща на върха за действия в областта на климата, поход относно целите за устойчиво развитие, БАКУ, АЗЕРБАЙДЖАН 26.09.2019 г.

Подобно на други сектори и този е изправен пред големи глобални предизвикателства. Идентифицирани са шест приоритетни области; те илюстрират въздействието и възможностите, свързани с туристическия сектор, и подчертават някои от причините, поради които правителствата трябва да обърнат сериозно внимание на неговото устойчиво развитие.

Едно от най-важните предизвикателства е заетостта, и най-вече по отношение на предлагането на достойни и стабилни работни места от компаниите в сектора на работниците, особено на жените и хората с увреждания.

Осмата цел за устойчиво развитие всъщност гласи, че целта е „Насърчаване на приобщаващ и устойчив икономически растеж, пълна и продуктивна заетост и достоен труд за всички“. Следователно туристическата индустрия може да осигури, особено в развиващите се страни, достойни работни места, насърчавайки местната култура и продукти.

Наистина потенциалът на туризма да допринесе за борбата с бедността се признава все повече, отчасти защото това е една от малкото области, в които културните и природни ресурси на бедните страни им дават сравнително икономическо предимство- предлага добра възможност, тъй като често представлява нов източник на доходи в селските райони, където се намират три четвърти от бедните в света. Всички държави трябва да гарантират, че хората, заети в туризма, получават адекватно заплащане, отношение и възможност за развитие.

Околната среда представлява друго предизвикателство, може би най-неизбежното. Всъщност туристическите дейности могат да окажат въздействие върху екосистемите, затова е необходимо да се насърчава ефективното управление на ресурсите и да се подкрепят мерките за борба с изменението на климата. Освен това глобалното затопляне също има последици: покачване на морското равнище, увеличаване на честотата и енергията на бурите, ерозия на плажовете, побеляване на коралите и прекъсване на водоснабдяването, като застрашават много крайбрежни дестинации. Повишаването на снежната граница и съкращаването на сезоните за зимни спортове ще се отрази и на планинските курорти. Промените в температурата и валежите ще повлияят на привлекателността на пазара в повечето части на света, макар и по различни начини, в зависимост от взаимодействието на ефектите на изтласкване и издърпване в страните на източник и страните на местоназначение. Туризмът може да бъде повлиян и от други фактори, като разпространението на тропически болести и наличието на вода.

Също така е важно да се насърчават стабилни и интелигентни градове в полза на местните жители и туристите и да се запазят дестинациите. Всъщност туризмът осигурява важен пряк принос към

приходите на защитените територии и обектите на културното наследство, благодарение на входни такси, разрешителни, концесии и т.н. В по-общ план той може да се превърне в подходящ инструмент за по-устойчиво управление на земята във всички части на света, предоставяйки допълнителна или алтернативна форма на препитание за фермерите и селските общности, които зависят от добре запазените природни ресурси.

И накрая, особено след пандемията, несигурността относно здравето и безопасността на пътуването и някои дестинации причини значителни колебания в туристическите потоци. Въпреки че това е краткотраен феномен и възстановяването често е бързо, то трябва да се счита за глобален проблем в този сектор. Има политически последици за имиджа, за управлението на информацията и за конкретни мерки, насочени към подобряване на безопасността на туристите.

4. ПРИНОСЪТ НА СЕКТОР ТУРИЗЪМ КЪМ ЦУР

Цифрите отразяват големия потенциал на туристическия сектор и способността му да влияе на глобалните предизвикателства, особено по отношение на устойчивия икономически растеж, приобщаващото развитие и опазването на околната среда. Той има огромен потенциал за създаване на достойни работни места и насърчаване на предприемачеството, допринасяйки за овластяването на групите в неравностойно положение, особено младите хора и жените.

Туризмът също така насърчава обмяна между хора от различни части на света, като укрепва разбирателството между културите и насърчава мира между общностите и нациите. Следователно това е един от най-динамичните и широкообхватни икономически сектори и може да има решаващ принос за постигането на ЦУР.

Предприятията в туристическия сектор играят важна роля в трансформирането на подхода на индустрията и във въвеждането на критерии за стабилност в своите операции. Тези компании могат да приведат своите стратегии в съответствие с ЦУР, като насърчават отговорен туризъм, който зачита природната, културната и социалната среда и благоприятства устойчивото развитие на туристическите дестинации.

4.1 С какво могат да допринесат?

В следващите раздели ще бъдат изследвани различните цели за устойчиво развитие и начините, по които туристическият сектор и всички заинтересовани страни могат да допринесат за това.

Изображение: Цели за устойчиво развитие (ЦУР) 17



Visual: SDGs 17 development goals

4.1.1. „Сложете край на бедността във всичките й форми навсякъде“

Туризмът представлява 5,5% от световния БВП в периода след пандемията и има пряко въздействие върху международните нива на бедност. Всъщност секторът трябва да насърчава създаването на достойни работни места, особено за жени, млади хора и групи в неравностойно положение, които, като стимулират икономиката и местното развитие, имат пряко въздействие върху благосъстоянието

на местното население и им помагат с получаване на доход, справедливост, социална сигурност и защита, както и с по-добри перспективи за лично развитие и интеграция. Т.е. целта трябва да бъде да се избегнат екологични и икономически кризи, които оказват влияние върху населението.

4.1.2. „Сложете край на глада навсякъде“

Повечето от бедните в света са разположени в селските райони, където има най-високи нива на глад и недохранване. Туризмът може да стимулира селското стопанство чрез производството, използването и продажбата на местни продукти и в същото време да предостави допълнителна възможност за доходи на хората, живеещи в туристически дестинации, като предложи алтернативни бизнес модели, като например селски туризъм, зачитащ околната среда и местните обичаи.

4.1.3. „Осигуряване на здравословен живот и насърчаване на благополучието за всички, на всички възрасти“

Туристическият сектор може да функционира по устойчив, здравословен и безопасен начин за местните общности, туристите и служителите, като допринася за благосъстоянието на всички. Прилагането на подходящи планове за здраве и безопасност и прилагането на адекватни мерки за предотвратяване на инциденти или здравословни проблеми сред туристите и служителите са мерки, за които компаниите в сектора могат да се погрижат.

4.1.4. „Осигуряване на приобщаващо, справедливо и качествено образование за всички и насърчаване на ученето през целия живот, равни възможности за всички“

Ефективното устойчиво развитие може да бъде постигнато само като се гарантира, че етичните ценности и екологичната,

икономическата и социалната отговорност се предават на цялото население. Компаниите в сектора имат няколко начина да допринесат за тази цел: чрез провеждане на обучителни програми за посетители и служители, чрез проекти за развитие на общността и чрез повишаване на осведомеността в обществото.

4.1.5. „Постигане на равенство между половете и овластяване на всички жени и момичета“

Голяма част от служителите и предприемачите в сектора на туризма са жени. Въпреки това, те често заемат нископлатени позиции, поддържайки икономическото и социалното неравенство. Следователно компаниите в сектора могат да насърчават подобряване качеството на заетостта на жените и достъп до квалифицирани работни места, създавайки програми за обучение, интеграция и равенство за жените и момичетата.

4.1.6. „Гарантиране на наличността и устойчивото управление на водата и канализацията за всички“

Туризмът изисква голямо количество енергия и може да бъде сериозно повлиян от ограниченията на водата и канализацията в дестинациите. Туристическите индустрии могат да извършват ефективно управление на водните ресурси и да ограничават отрицателните въздействия върху местната екосистема, като същевременно осигуряват достъп до вода за туризма и местното население, като вземат предвид контрола на замърсяването, ефективността и опазването на ресурсите.

4.1.7. „Гарантиране на достъпна, надеждна, устойчива и модерна енергия за всички“

За да се постигне устойчив туризъм, е необходимо да се насърчава достъпът до евтина, чиста и модерна енергия в дестинациите. Предприятията в туристическия сектор могат да се ангажират с разработването на мерки за енергийна ефективност и увеличаване на използването на възобновяема енергия в бизнеса си, като същевременно намалят зависимостта си от изкопаемите горива, за да постигнат устойчива и печеливша икономика.

4.1.8. „Осигуряване приобщаващ и устойчив икономически растеж и за предлагане на достойни условия за всички“

Туризмът е основен инструмент за постигане на приобщаващ и устойчив икономически растеж и за предлагане на достойни условия на труд на голям брой хора, особено на млади хора и жени. Индустриалните компании осигуряват работни места, които трябва да са прилични в цялата им верига на стойността. Те трябва също така да насърчават наемането и предприемачеството на местното население, особено сред уязвимите групи.

4.1.9. „Изграждане на устойчива инфраструктура, насърчаване на приобщаваща и устойчива индустриализация и насърчаване на иновациите“

Инфраструктурата, процесите на индустриализация и иновациите са важни въпроси за развитието на туризма. Предприятията в сектора имат способността да инвестират в съоръжения и инфраструктура, които позволяват универсален достъп и използване, особено от хора с увреждания и други групи в неравностойно положение. Те могат също така да подобрят технологичния капацитет на туристическите дестинации, особено на селските общности, по отношение на достъпа до информационни и комуникационни технологии.

4.1.10. „Намалете неравенството в и между страните“

Устойчивият туризъм е мощен инструмент за напредък на общността и за намаляване на неравенствата. Предприятията в сектора могат да допринесат за обновяването на градовете и развитието на селските райони, като спомагат за намаляване на регионалните дисбаланси и дават възможност на местните общности да процъфтяват в родното си място.

4.1.11. „Направете градовете и населените места приобщаващи, безопасни и устойчиви“

Туризмът изисква градска инфраструктура, която е достъпна за всички, с добре запазено наследство и може да помогне за насърчаване на регенерацията на маргиналните райони. За да отговорят на този въпрос, компаниите в сектора се интересуват от насърчаването на устойчиви градове и зелени инфраструктури (по-ефективен, безопасен и достъпен транспорт за всички, зелени площи и безопасни обществени пространства), чрез обновяване на обществени пространства, инфраструктура и свързаност, както и развитие на местни услуги и съоръжения за отдих.

4.1.12. „Осигуряване на устойчиви модели на потребление и производство“

За да се постигне наистина устойчиво общество, секторът трябва да насърчава стабилно потребление и производствени практики от своите служители, местното население и туристите чрез мерки като ефективно използване на природните ресурси, управлението на храни и отпадъци и внимателен подбор на продукти и доставчици. Индустриалните компании имат възможност да прилагат мерки за повторно използване и рециклиране на ресурси, да възприемат

устойчиви практики във връзка с тяхната верига за доставки, да включат информация за устойчивостта в своите бизнес взаимоотношения и да популяризират местната култура и продукти.

4.1.13. „Предприемете спешни действия за борба с изменението на климата и последиците от него“

Туристическият сектор е ключов играч в борбата с изменението на климата, тъй като генерира около 5% от общия CO₂, изпуснат в атмосферата. Освен това включва трансформация на природните среди и ресурси и прекомерното използване на изкопаеми горива. От съществено значение е да се гарантира устойчивостта на сектора, като се гарантира неговия ангажимент за опазване на околната среда, за да се смекчат отрицателните ефекти върху хората и туристическите дестинации.

За да направят това, компаниите в сектора могат да участват в борбата срещу изменението на климата чрез намаляване на потреблението, насърчаване на използването на възобновяема енергия и създаване на съюзи за борба с изменението на климата.

4.1.14. „Запазване и устойчиво използване на океаните, моретата и морските ресурси за устойчиво развитие“

Туризмът играе важна роля за опазването на океаните, моретата и морските ресурси, особено в крайбрежните или островните райони, където секторът е в основата на икономиката, както и във връзка с морския туризъм. Секторът трябва да насърчава интегрираното управление на крайбрежните зони, за да помогне за опазването и запазването на морските екосистеми.

Компаниите, работещи в сектора на крайбрежния и морски туризъм, могат да помогнат за предотвратяване и намаляване на замърсяването на морето и да използват морските ресурси по устойчив начин в своите дейности. В допълнение, отговорните операции могат да донесат икономически ползи за дестинациите, особено в слабо развитите крайбрежни или островни райони.

4.1.15. „Защита, възстановяване и насърчаване на устойчивото използване на сухоземните екосистеми, управление на горите, борба с опустиняването и спиране на обратната деградация на земята и спиране на загубата на биологично разнообразие“

Устойчивият туризъм допринася за генерирането на дългосрочни ползи чрез инвестиране в мерки за борба с обезлесяването и опустиняването, за да се поддържат туристическите дестинации в оптимално състояние и да се генерира по-голям поток от посетители и ползи за околната среда и местните общности.

Компаниите, които се ангажират с него, могат да създадат програми за туристи, които се фокусират върху опазването и грижата за околната среда, за да помогнат на местните общности, да управляват техните посещения и да получат максимална възможна полза с минимален риск за техните екосистеми, тяхното биоразнообразие и техните дивата природа.

4.1.16. „Насърчаване на мирни и приобщаващи общества за устойчиво развитие, осигуряване на достъп до правосъдие за всички и изграждане на ефективни, отговорни и приобщаващи институции на всички нива“

Туризмът може да помогне за насърчаване на мирни и приобщаващи общества, да насърчава защитата на основните права на местните общности и да се бори с корупцията. Той насърчава толерантността и разбирателството между различните култури и служи като източник на препитание за местните общности, като същевременно предотвратява насилието и укрепва мира в обществата, преживели скорошни конфликти.

Компаниите в сектора трябва да включват местните хора в своите дейности, да им предлагат достойна работа и да вземат общи решения за използването на местните ресурси, да въведат мерки за прозрачност в организацията за борба с корупцията и да гарантират и

защитават човешките права на местните жители, туристите и служителите.

4.1.17. „Укрепване на средствата за изпълнение и съживяване на глобалното партньорство за устойчиво развитие“

Съюзите между различните играчи на планетата са от съществено значение за постигане на ЦУР и гарантиране на благосъстоянието на населението в краткосрочен и дългосрочен план. Благодарение на междусекторния си характер, туризмът има способността да укрепва публично-частните отношения и да включва международни, национални, регионални и местни страни, за да работят заедно за постигане на ЦУР. Сътрудничеството между компаниите в сектора, гражданското общество, правителствата и образователните институции е от съществено значение за постигането на ефективен устойчив туризъм.

4.2 Устойчив туризъм по време на пандемията



Visual: 26th September 2018, Dublin. United Nations Sustainable Development 17 Global Goals banner displayed across Dublin's Rosie Hackett Bridge over the River Liffey.

Изображение: 26 септември 2018 г., Дъблин. Банер за устойчиво развитие на ООН 17 Глобални цели, показан на моста Rosie Hackett в Дъблин над река Лифи.

Като се има предвид приносът на туристическата индустрия към икономиката, е необходимо да се възстанови сектора в следпандемичния свят, особено в страни, в които той е техен основен или единствен източник на доходи.

В известен смисъл промяната, предизвикана от пандемията COVID-19, направи туризма по-устойчив: всъщност по-кратките разстояния за пътуване, предпочитани от туристите през последните години, водят до по-малко въздействие върху околната среда; регионалната или местна дестинация може да доведе до стимулиране на възстановяването на сектора. Освен това по време на пандемията хората са склонни да пътуват в своите страни, което е евтино и удобно в сравнение с международните посещения.

Освен това дигитализацията е друга тенденция за възстановяване с безконтактни плащания, услуги, автоматизация и виртуални изживявания. Тъй като секторът на услугите пострада сериозно по време на затварянето поради пандемия, цифровата трансформация се разглежда като обещаващо средство, въз основа на което може да се създаде рамка за устойчивост за промяна на бизнес модела. Резултатите от изследванията показват, че стратегиите за възстановяване трябва да се основават на технологичния напредък и дигитализацията, с акцент върху разработването на устойчиви бизнес модели в съответствие с ЦУР.

Резултатите от изследването показват, че периоди на криза, като тази, също са възможности за развитие на ново поведение чрез преоценка на потребителските стойности, възприятия и избори, тъй като потребителите са претърпели промени в почти всички аспекти на живота си, от професионални до финансови области.

Всъщност туристите преосмислят поведението си след настоящата пандемия, пренасочват предпочитанията си към устойчив туризъм, избирайки кратки дестинации, за да избегнат пътуването със

самолет и масовия туризъм. Последните проучвания показват, че туристите събират информация относно проблемите на околната среда и са наясно с тяхното потенциално влияние върху икономическия, социалния и екологично устойчивия туризъм. По отношение на туристическите атракции, фестивали, музеи и събития, учените предлагат преосмисляне на подходите за управление и търсене на нови модели на участие, като се фокусират върху дигиталните или второстепенни формати на туризма.

Следователно пандемията може да се разглежда като възможност за напредък към устойчив туризъм. Като се вземат предвид ЦУР, туризмът може да допринесе значително за постигането на ЦУР 1 (Борба с бедността), ЦУР 8 (Приобщаващ и устойчив икономически растеж), ЦУР 12 (Устойчиво потребление и производство) и ЦУР 14 (Устойчиво използване на океаните и морските ресурси).

Може да се счита, че кризата с COVID-19 оказва положително въздействие върху туризма, тъй като тенденциите към по-устойчиви бизнес стратегии рязко се ускори.

ИЗТОЧНИЦИ

- Behsudi, A.; International Monetary Fund: Finance & Development. Tourism-Dependent Economies Are among Those Harmed the Most by the Pandemic. December 2020. <https://www.imf.org>
- Eichelberger, S.; Heigl, M.; Peters, M.; Pikkemaat, B. Exploring the Role
- of Tourists: Responsible Behavior Triggered by the COVID-19 Pandemic. Sustainability 2021, 13, 5774.
- OECD, Tourism Trends and Policies 2020, OCSE Publishing, Paris, 2020
- Orîndaru, A.; Popescu, M.-F.; Caescu, S., -C.; Botezatu, F.; Florescu, M.S.; Runceanu-Albu, C.-C. Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior. Sustainability 2021, 13, 5762.
- Rasoolimanesh, S.M.; Ramakrishna, S.; Hall, C.M.; Esfandiar, K.; Seyfi, S. A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. J. Sustain. Tour. 2020, 1–21.
- Roigé, X.; Arrieta-Urtizberea, I.; Seguí, J. The Sustainability of Intangible Heritage in the COVID-19 Era-Resilience, Reinvention, and Challenges in Spain. Sustainability 2021, 13, 5796.
- UNWTO, “Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels”, 2022.
- UNWTO, Global Code of Ethics for Tourism, 1999.
- UNWTO, International Tourism Highlights – 2019 Edition, 2019.
- UNWTO, Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy

Makers, 2005.

- UNWTO, Sustainable development. <https://www.unwto.org>
- UNWTO, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015.

ОТНОСНО

Acelera Labs е частна компания, основана през 2013 г., която през годините е разработила различни бизнес направления с един и същи общ знаменател: помагайте на хората да реализират мечтите си, подкрепяйки се взаимно и наслаждавайки се на всеки ден по време на пътуването.

Преди осем години компанията отвори The Shed Coworking, с идеята да помогне на всички професионалисти, предприемачи, стартиращи и малки фирми да реализират своите проекти. Верен на своя лозунг Enjoy Working, The Shed Coworking се превърна в пространство, което стимулира връзката и споделянето, също така и обогатява ежедневието с нотка добър хумор.

През 2015 г., водени от непрекъснато усъвършенстване, търсене на качество и иновации, Acelera Labs отвори The Shed Co Design, който се фокусира върху областите на брендиране и комуникация. Оттогава The Shed Co Design участва в различни световни проекти, разработвайки имидж и идентичност на марката, креативност, онлайн и офлайн резултати и комуникационни стратегии.



7. Използване на подхода на геймификация и дигиталните инструменти за насърчаване на екологичното поведение в туристическия сектор

White Manager srl

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът се счита за идеалното решение за насърчаване на устойчив икономически растеж поради основните му характеристики. В контекста на устойчивия туристически сектор, геймификацията може да представлява връзка между туристи, организации, общността и интерфейс, изграден по отговорен и етичен начин. Растежът и разпространението на цифровите платформи, социалните медии и мобилните технологии всъщност доведоха до бързото разпространение на феномена на геймификация в дизайна на услугите. Геймификацията е приложена към различни контексти извън игри и от компании, търсещи нови инструменти за създаване на връзка между потребителите и влияние върху поведението на служители и клиенти.

Много проучвания показват, че геймификацията е сигурна стратегия, която използва механизмите на играта (като точки, цели, значки, нива, история/тема), смятани за характеристики, които променят поведението на потребителите.

Следователно, за да повлияят на участието, лоялността, удовлетворението и опита на потребителите, различни организации, работещи в различни сфери, включително туризъм и хотелиерство, решиха да използват потенциала на геймификацията благодарение на технологичното развитие, което включва туристическия сектор. Главата ще предостави кратък преглед на геймификацията и след това ще покаже приложението ѝ в туристическия сектор. Накрая ще бъдат изброени някои примери, които демонстрират как използването на технологии и геймификация може да насърчи по-устойчиво и екологично поведение.

2. THE GAMIFICATION

„Геймификацията“ не е нов термин: той се дефинира като услуга, която подобрява създаването на стандарт от потребителите, или „процес на подобряване на услуга с възможности за игрово

изживяване, за да се подпомогне цялостното създаване на стандарт на потребителя“.



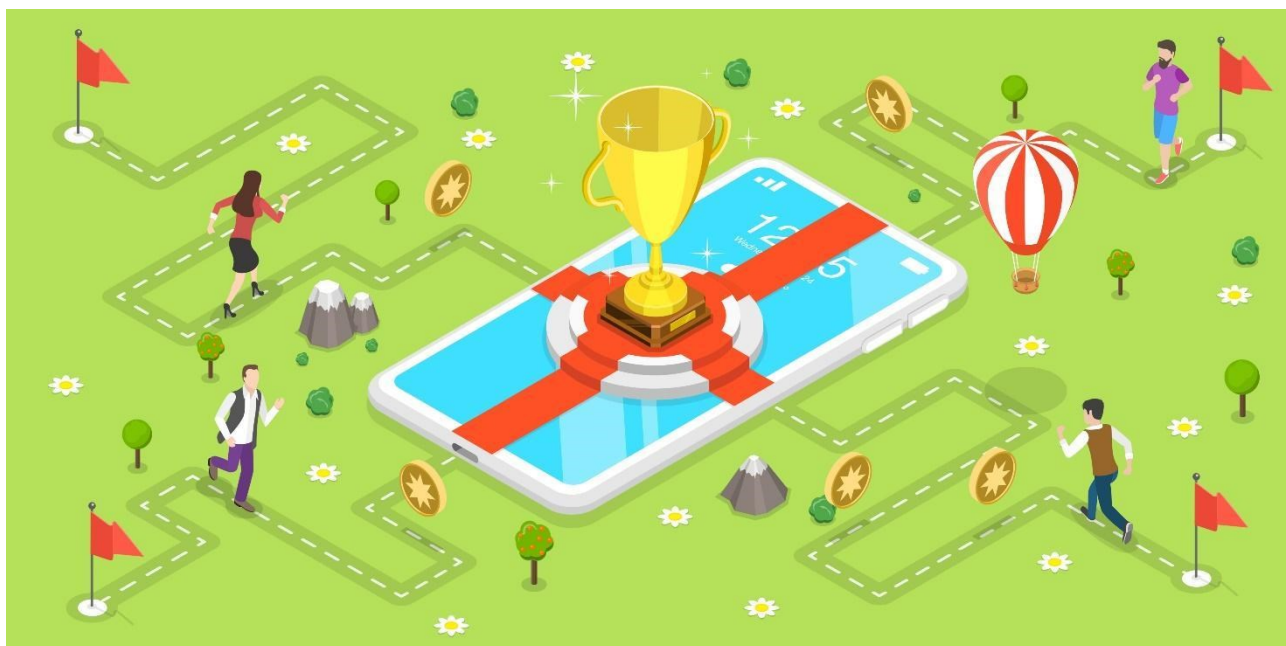
Това, което отличава геймификацията, е игрово изживяване, което излиза от контекста на играта. Геймификацията също се определя ,като внедряване и използване на елементи и техники от дизайна на играта, логиката на играта, механиката и анализа на играта, технологията на компютърните игри в бизнес модели, процеси, процедури, услуги и т.н., което има за цел да подобри уменията, опита, ангажираността , ефективност и производителност на служители и/или клиенти/потребители извън чистото забавление. Следователно геймификацията не се ограничава до раздаване на значки и точки за насърчаване на поведение, но трябва да приложи игрово мислене, за да насърчи и мотивира конкретно поведение. Идентифицирани са три основни и взаимосвързани елемента на геймификацията: възможности, психологически и поведенчески резултати.

Разрешенията са скритата механика и правила, лежащи в основата на структурата на играта, които ангажират потребителите с конкретна система.

Тази тактика на играта влияе върху психологията на потребителя, генерирайки ангажираност, знания и социално признание или забавление. Включването на потребителите чрез механизма на играта води до психологически резултати, свързани с мотивацията на играта, отношението и удоволствието на потребителите.

Поведенческите резултати се отнасят до поведения и дейности, поддържани с помощта на геймификация, като производителност и използване на системата. Разрешенията могат да създадат положителни психологически резултати, които на свой ред водят до поведенчески резултати (напр. повишено участие на потребителя в желаната игра/дейност) и създаване на стандарти. Ползите, произтичащи от геймификацията, са класифицирани като утилитарни (т.е. полезност и лекота на използване), хедонични (т.е. забавление и игровост) и социални (т.е. признание и социално влияние). Целта на механизма на геймификацията е да стимулира ангажираността и да подобри изживяването.

През призмата на теорията за самоопределение, можем да разберем мотивационния потенциал на механизма на геймификацията. Възможно е мотивацията да се класифицира на външна и вътрешна. Първата включва дейностите, които се извършват за получаване на резултати под формата на награди. В този случай решението за игра се ръководи от стимулиране, като пари,



признание и статус.

Второто, от друга страна, зависи от специфичните нужди и интереси на всеки потребител, а именно удовлетворение, задоволство, нужда от общуване и желание за успех в дадена общност. Потребителите участват повече в дадена дейност, когато са вътрешно мотивирани.

Благосъстоянието и мотивацията на потребителите произтичат от задоволяването на три потребности: автономност, компетентност и взаимоотношения, които влияят на удоволствието и ангажираността на потребителите. Игрите са напълно потопени във виртуалния свят и този поток допринася за тяхното удоволствие и удовлетворение, генерирайки поведения за благополучие. От съществено значение е да се проектират игрови приложения, които задоволяват нуждите на потребителите.

Освен това използването на стимули може да има отрицателни ефекти върху мотивацията на потребителите, ако се окажат, че трябва да изпълняват задачи, които са трудни по отношение на тяхното ниво на познания. Силно мотивираните потребители изпадат в „състояние



на поток“, което насърчава тяхната ангажираност, което ги кара да се съсредоточат по целенасочен начин и да загубят самосъзнание.

Благодарение на използването на динамиката на геймификацията организациите могат да увеличат ангажираността и лоялността на клиентите, желанието за плащане, както и да подобрят ангажираността на други заинтересовани страни, като служители.

Както целта на геймификацията, така и нейната ефективност се основават на желанието да се мотивира и насочва поведението на потребителите към конкретна цел, включвайки ги чрез прилагане на игрови механики и динамика.

Геймификацията може да се прилага във всеки сектор, но секторът на туризма не го използва напълно като други сектори. Много известни компании вече са приели геймификацията, за да увеличат ангажираността на клиентите, да задържат клиенти, да подобрят представянето на служителите или да получат конкурентно предимство.

Някои от технологиите, които са повлияли на развитието на геймификацията, са мобилни технологии (мобилни приложения, услуги, базирани на местоположение), облачни изчисления, Web 2.0 и добавена реалност. Знаейки, че до 2030 г. половината от световното население ще бъде онлайн и мобилно, за индустрията на туризма и хотелиерството става изключително важно да интегрира информационни и комуникационни технологии (ИКТ) в своите услуги. ИКТ предоставят стратегически инструменти за устойчиво развитие на туризма, създавайки възможности за подобряване на положителните ефекти от туризма и намаляване на отрицателните му въздействия върху дестинацията.

3.1 .Устойчив туризъм

Връзката между туризма и околната среда представлява една от основните теми в дневния ред на туроператорите, като всички осъзнават нейното значение.

Благодарение на своите характеристики, туризмът се възприема като адекватно решение за постигане на устойчив икономически растеж. Според Програмата на ООН за околната среда

и Световната организация по туризъм (UNWTO), устойчивото развитие представлява „процес, насочен към задоволяване на нуждите на настоящето, без да се компрометира способността на бъдещите поколения да посрещнат своите собствени“.

Този подход може да се обясни с помощта на трите стълба на устойчивостта: икономически, социален и екологичен. Икономическата устойчивост е свързана с ефективността на дейността на фирмите в дългосрочен план; социалната устойчивост се отнася до предлагането на равни възможности, зачитане на различните култури, намаляване на дискриминацията и бедността, докато опазването на околната среда е свързано с правилното използване на ограничените ресурси, особено невъзобновимите.

Устойчивият туристически процес трябва да отчита „напълно своите настоящи и бъдещи икономически, социални и екологични въздействия, като отговаря на нуждите на посетителите, индустрията, околната среда и приемащите общности“.

Въпреки че почти всички туристи твърдят, че подкрепят идеята за устойчив туризъм, само малка част от тях възприемат разумно поведение по време на почивката си. Обикновено компаниите и обществените институции са по-екологични и се фокусират върху прилагането на методи и техники, за да направят туризма по-устойчив. По време на ваканцията вниманието на туристите е насочено към изживяване на високо ниво на комфорт или поне по-високо от това в ежедневието. В тази ситуация е трудно да ги убедим да възприемат по-разумно поведение, тъй като това може да се възприеме като фактор, който влияе негативно на нивото на комфорт. Следователно туристите се нуждаят от силен стимул да избират видове транспорт с ниско въздействие върху околната среда, да избират устойчиво настаняване, да консумират по-малко вода и да купуват местни продукти.

За щастие, туристите не участват умишлено в поведение, което може да се окаже вредно за околната среда, така че адекватните стимули и техники биха могли да повлияят положително на разумното поведение, преход към по-устойчив начин на живот по време на ваканциите. Едно решение може да бъде използването на

интернет и интернет базирани технологии. UNWTO смята туризма и интернет за идеални партньори, тъй като последният представлява ефективен начин за предоставяне на услуги и информация, адресиране на голям брой туристи на по-ниска цена и най-вече за разработване на подходящи комуникационни канали, които насърчават стил на устойчиво живеещи през ваканциите.

3.2 Геймификация и устойчивост

Напоследък прилагането на механизма за геймификация доведе до по-устойчив подход към развитието на туризма. Това е техника, която включва присъждане на награди и предлагане на развлечения като стимули за различни заинтересовани страни, за да се предизвика конкретно поведение от тях. Тази техника има способността да подобрява туристическото изживяване по иновативен начин, съчетавайки туристически услуги с елементи на игра. Благодарение на своите характеристики той повишава добавената стойност на туристическия продукт по стабилен начин и разнообразява преживяванията на туристите в съответната дестинацията.

Има взаимодействие между геймификацията и устойчивостта, основана на факта, че и двете се фокусират върху емоционалните реакции. Според UNWTO механизмите за игра имат способността да създават положителни преживявания в туризма - забавление, удоволствие, чувство за постижение - и да предоставят на туристите както развлечение, така и информация. Освен това има голям шанс туристът да възприеме по-устойчиво поведение, ако му бъде осигурен начин за измерване на напредъка и причините да продължи напред (събиране на точки за купони за отстъпка, цели за постигане, нови нива за нови съоръжения) и " възможност за състезание с други туристи (класиране и специални награди за най-добри резултати).

В сектора на туризма днес можем да идентифицираме различни субекти, участващи в геймифицираната механика: туристи, доставчици на услуги и доставчици на платформи. Следователно получената нова екосистема от услуги е контекст с потенциал за прилагане на геймификацията.

От гледна точка на потребителя използването на геймификация зависи от утилитарни и хедонични мотивации. Всъщност любопитството, забавлението и социализацията са основните мотивации за туристите, заедно с възможността за преживяване на приятни преживявания и изправяне пред предизвикателства и цели.



Концепцията за геймификацията има своите корени в програми за лоялност на клиентите или програми за награди (например абонаменти и карти с точки), където потребителите получават точки, които да осребрят в замяна на продукти. Туристите търсят уникални и запомнящи се изживявания, а стратегическото използване на ИТК и разпространението на дигитални платформи помагат за генериране на ангажираност и създаване на стандарти за компанията и за туристите. В контекста на туризма дигиталните платформи имат ориентирани към потребителите технологии и са внедрени възможности за геймификация за привличане на потребители и увеличаване на тяхната ангажираност.

Приложенията за геймифициран туризъм днес се разграничават между игри, които популяризират и предоставят туристическа информация за посещението, и такива, базирани на

местоположение, които имат за цел да увеличат ангажираността в изследването на мястото. Използването на геймификация ангажира туристите чрез въображение и забавление, като подобрява изживяването на туристите и ги потапя в симулиран свят на пътуване с по-завладяващи преживявания. Този инструмент може да промени поведението и да повлияе на психологическите нужди чрез интегриране на забавление, динамика и ангажираност за подобряване на лоялността на клиентите.

Геймификацията позволява на туристите да създават съвместно преживявания чрез генериране на положителни емоции (например благополучие) и участие чрез използване на психологически нужди: автономия, компетентност и взаимоотношения, като желанието да бъдеш част от общността. Освен това геймифицираните техники насърчават туристите да използват дигитални платформи, като генерират съдържание (напр. рецензии) или ги мотивират чрез значки. Следователно, те съвместно създават стандарт чрез подобряване на работата на доставчиците и осигуряване на качеството на предлаганата услуга.

От гледна точка на доставчиците на услуги, геймификацията допринася за обучението на служителите и позволява на потребителите да бъдат образовани.

Чрез геймификацията туристическите компании създават забавни и ангажиращи туристически изживявания, формирайки удовлетворение и печалба и спомагайки за увеличаване на лоялността на клиентите. Въпреки потенциалните ползи, приемането на геймификацията сред доставчиците на туристически услуги е много ограничено. Оказа се, че доставчиците на туристически услуги са изправени пред предизвикателства при планирането на игрови инициативи или услуги поради разходите за проекти и трудностите при отчитането на техните резултати.



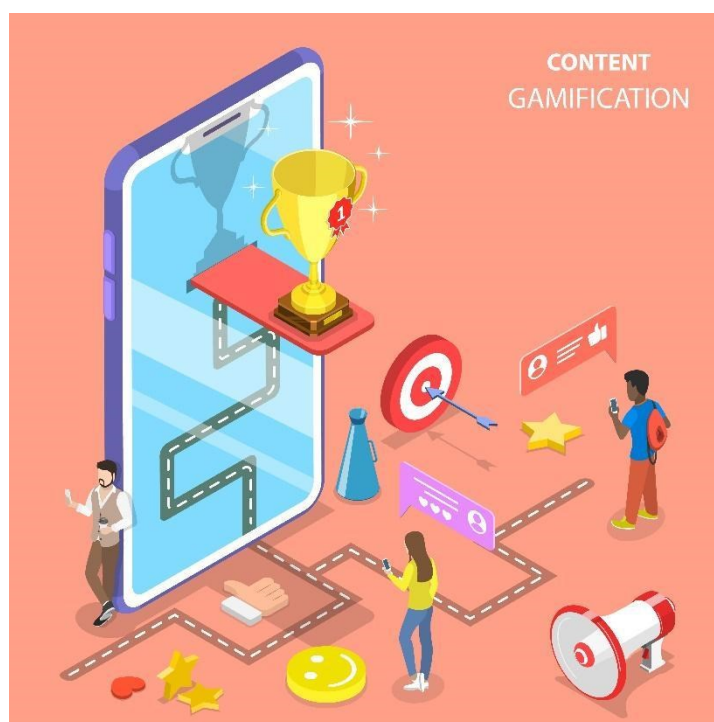
Доставчиците на туристически услуги обаче трябва постоянно да се стремят да подобряват туристическото обслужване. Например, платформата Airbnb ръководи поведението на домакините (доставчиците на услуги) и създава отношения на доверие между домакини и гости чрез техниката на геймификация, т.е. чрез предоставяне на значки и точки на домакините, когато предоставят качествени услуги. Програмата "Супердомакин" всъщност има за цел да създаде стимули, които гарантират ангажираността на домакините и подобряването на качеството на услугата, задоволявайки нуждите на гостите. Целта на значката е да гарантира, че домакините са ангажирани с предоставянето на услуга, която отговаря на високите стандарти на обслужване.

Цялата тази динамика е възможна благодарение на нарастващото разпространение на ИКТ системи, което благоприятства разпространението и интегрирането на игрови елементи в цифрови платформи. С този инструмент туристическите компании подобряват ангажираността по време на посещението и познанията си за

дестинацията, като ги правят по-наясно с местните ресурси. Внедряването на игрови техники в дигиталните платформи прави възможно привличането и задържането на по-голям брой посетители на платформата и предоставя на доставчиците на услуги голямо количество данни за предпочитанията, възприятията, обратната връзка и маршрутите на посещение на туристите. Доставчиците на услуги са мотивирани да участват, за да задържат туристите, които се включват в дестинацията чрез получаване на информация на туристическия сайт.

Има няколко причини, които влияят на потребителите да използват игрови приложения, като например желанието за връзка, приятелство и подкрепа сред членовете на социалната общност. Други елементи, които допринасят за участието на потребителите в геймифицираната механика, са:

- Желанието да се потопят и да избягат в света на фантазията
- Желанието за болка, използване на други играчи за собствени цели чрез убиване или измама на други
- Желанието за успех и сила, постигане на целите, определени от играта
- Желанието за лидерство
- Желанието да изживеят споделен опит, да се чувстват част от общност от играчи и да придобият репутация в нея



В контекста на туризма, геймификацията се използва за повишаване на чувствителността на туристите по въпросите на икономическата, социалната и екологичната устойчивост, като се насърчават устойчиви туристически практики. Тези механики на играта генерират информация, която насърчава туристите да използват ефективно ресурсите и да подобряват репутацията на туристическата дестинация чрез създаване на социално взаимодействие с местните общности. Обратно, потребителите могат да устоят на промяната на поведението си, за да насърчат устойчивостта, особено по време на празниците.

Въпреки това, чрез техниката на играта е възможно да се постигнат целите за икономическа, социална и екологична устойчивост чрез повишаване на осведомеността сред потребителите. Възприемането на полезността, лекотата на използване и забавлението на приложението са от съществено значение за повлияване на туристите и промяна на тяхното поведение. Геймификацията подобрява ефективното използване на ресурсите и насърчава разумно поведение като разделно събиране. Тези механизми подсилват икономическата устойчивост чрез

увеличаване на лоялността на клиентите и осведомеността за марката и създаване на взаимодействия, които ангажират потребителите в благотворителни действия.

Проучванията, свързани с темата за разумно поведение, показаха положителна промяна в поведението на потребителите, демонстрирайки, че използването на геймификация генерира утилитарни и хедонични ползи. Механиката на играта подобрява процеса на посещение на туристически атракции, предоставя на туристите информация как да рециклират, обучава ги за тези устойчиви практики и ги насърчава да разпространяват тези навици/поведения в своята общност.

ИКТ се разглеждат като мощен инструмент, използван за подобряване на устойчивостта в случая на публични и частни компании. Сред всички видове ИКТ приложения услугите, базирани на местоположение, са признати за един от основните източници на устойчивост на туризма. Този тип приложения, включително инструментите за геймификация, които ги използват, ще формират важни ползи за общността на дестинацията:

- Повишаване ефективността на потреблението на ресурси чрез предоставяне на информация на туристите
- Подобряване на управлението на туристическите потоци (например намаляване на дължината на опашките за чакане, задръстванията)
- Подкрепа на адекватното взаимодействие между членовете на местните общности и туристите
- Намаляване на физическата деградация на околната среда и подкрепа на биологичното разнообразие

В този смисъл връзката между ИКТ и устойчивия туризъм е симбиотична, тъй като инструментите на ИКТ допринасят значително за подобряване на отрицателните въздействия на туризма.

ИКТ представляват начин за подобряване на управлението и контрола на организацията, улесняват идентифицирането на екологично чувствителни зони и предоставят информация на вземаните решения,

като предлагат на общността възможност да защити и популяризира собствените си ендегенни ресурси.

Геймификацията представлява умишленото използване на игрови елементи за игрово изживяване на неигрови задачи и контексти. Чрез свързването на концепциите за устойчивост и геймификация се смята, че приложенията за устойчивост се стремят да подкрепят и насърчават устойчиво поведение, като намаляване на количеството използвани ресурси, инвестиране в инициативи за рециклиране и форми на възобновяема енергия и повторна употреба на материали, където е възможно.

Следователно геймификацията може да се фокусира върху бизнес процеси или резултати с цел промяна или включване на конкретно поведение на служители, клиенти или общности по интереси. Туристическите и хотелиерските компании могат да комбинират елементи на играта и да ги използват, за да предизвикат определено поведение. Те имат способността да насочат туристите към нивото на разхищение на енергия и вода, да използват обществен транспорт или да оценят услугите и т.н.



Основните цели на геймификацията са насърчаването, развитието и формирането на устойчива туристическа рамка за цялата общност. Като се има предвид, че устойчивото развитие не може да бъде постигнато без участието на по-голям брой членове на обществото: туристите, жителите и служителите се превърнаха в целевата група, която местните власти или културните институции се опитаха да включат в различни действия чрез геймификация. Виртуалното взаимодействие и механизмът на игра представляват идеален начин за включване на всички заинтересовани страни в туризма в отговорно поведение.

Основните промени в поведението, насочени чрез геймификация са:

- Повишаване на информираността сред туристите и местните жители относно необходимостта от устойчиво потребление;
- Разумна консумация по време на празниците;
- Спестяване на енергия и намаляване на отпадъците;
- Включване в благотворителни акции

Пътуването се развива чрез нови концепции, тъй като споделената икономика и социалните медии предизвикват системни промени в начина, по който разбираме връзките между околната среда и туристите. Освен това много туристи използват цифрови технологии и се доверяват към препоръките на други пътници, роднини и приятели. Те също така изискват устойчиви туристически продукти и услуги и персонализирани преживявания. Освен това намаляването на покупателната способност накара хората да обмислят споделяне на ресурси, което доведе до увеличаване на икономиката на сътрудничеството.

Негативното възприятие на жителите в дестинации с туристическа пренаселеност се проявява в опасения от различно естество, включително страх от загуба на идентичност, повишаване на цените и увеличаване на инфраструктурите, предназначени за туризъм, за сметка на тези за жителите. Освен това съществуват опасения от липса на достъпно настаняване поради нарастването на платформите за сътрудничество и задръстванията от едnodневни пътуващи, като например въздействието на круизния туризъм върху околната среда.

Освен това, въпреки че туризмът генерира богатство, той има и отрицателни ефекти върху местната икономика, като увеличава инфлацията и като цяло предлага неквалифициран вид работа. От друга страна, въпреки че понякога е знак за просперитет, в други моменти води до обедняване, предизвикано от неравномерното разпределение на ползите и липсата на признаване на квалификацията на работниците.

Някои дестинации вече предприемат стъпки за контрол на пренаселеността. Дубровник и Санторини ограничават достъпа на круизни пътници. Амстердам и Венеция използват технология, за да избегнат задръстванията в реално време, като информират туристите за пренаселеността, която се случва на определени места, и предоставят информация за по-малко наситени алтернативни

посещения. Според експерти цените могат да бъдат друга мярка за балансиране на търсенето и предлагането. Един предложен метод включва сегментиране на тарифите въз основа на типа посетител или времето от деня.

Някои дестинации дори определят сума, за да гарантират тяхната устойчивост. Сред проблемите, с които се сблъскват общините на претоварените туристически дестинации, е интегрирането на посетителите в екосистемата за рециклиране.

Загрижеността за поддържане на адекватна устойчивост прави идеята за насърчаване на поведение, ориентирано към околната среда, подходящ начин за постигане на тази цел. Туристическата мобилност представлява належащ проблем в градовете с променливо население, значително по-голямо от постоянното.

Крайните цели на геймификацията на връзката между туристическите организации и туристите са свързани преди всичко с икономическото измерение на устойчивостта: повече лоялни клиенти, по-голяма честота на потребление, по-голяма осведоменост за марката или разработване на нови продукти. Туристите и клиентите на местата за настаняване представляват целевата група играчи, тъй като компаниите се интересуват от определяне на конкретни промени в поведението, които ще доведат до увеличаване на доходността. Геймификацията повишава удовлетвореността на туристите, тъй като улеснява достъпа до допълнителни възможности и услуги на дестинацията – персонализирани продукти, повече информация, социално признание, по-добри начини за използване на времето за пътуване, повече виртуално взаимодействие с други туристи от тази дестинация и др.

Положителните външни ефекти в социалното измерение на устойчивостта могат да произтичат от промените в поведението на туристите или от структурите, създадени за тях:

- Ефекти от обучението както за туристите, така и за жителите
- Включване на туристи в благотворителни действия или туристически дейности, насочени към намаляване на бедността и

предизвикване на положителна промяна в местата, където живеят жителите

- Подобряване на ИТК инфраструктурата на дестинацията, с възможност жителите да се възползват от нея за лична употреба
- Съоръжения за туристи с увреждания ще бъдат достъпни за жители с увреждания и др.

Освен това има положителен външен ефект върху околната среда, тъй като като цяло дигиталните медии намаляват използването на физически ресурси за производство и разпространение в сравнение с печата, но от друга страна, на потребителско ниво, това включва увеличаване на енергията поради използването на електронни устройства.

Някои приложения за геймификация имат за цел да повлияят на поведението на посетителите или туристите и да насърчават устойчивото потребление. Използването на игрови техники може да насърчи интереса към стабилност и устойчивост на туризма. Проучвания, сравняващи потреблението на ресурси (вода, енергия, храна, газ и т.н.) по време на празници в ежедневието, отчитат повишение на нивото на потребление и отпадъци по време на празниците. Следователно осъзнаването на разумното потребление по време на ваканциите и създаването на инструменти за подобряване или промяна на потребителското поведение на туристите може да представлява важен принос на геймификацията за развитието на устойчивия туризъм.

В това отношение чудесен пример е концепцията за градска платформа на Айндховен (Холандия) за намаляване на въглеродните емисии в дадена дестинация. Това изисква участието на местната общност, бизнеса и туристите.

Системата включва социално взаимодействие чрез игри и стимулиращи точки. Идеята е много проста: посетителите, използващи обществен транспорт, печелят точки и ги използват, за да получат отстъпки в ресторанти, барове, музеи или намалена туристическа такса и т.н. Платформата предлага на посетителите и гражданите превъзходни решения за обслужване за устойчив

туризъм и в същото време , действа като инструмент за свързване на хората и им позволява да действат виртуозно като социална общност. Тази концепция може да се приложи и към чувствителни въпроси като потребление на вода, намаляване на отпадъците или пестене на енергия.

6.1 Wasteapp

Един от основните проблеми, пред които са изправени туристическите градове, е липсата на информация за кошчетата за отпадъци и зоните за рециклиране. Изглежда, че хората са добре запознати с необходимостта от рециклиране и като цяло го правят, ако знаят как да го направят. Прането на пари се приема добре от гражданите като дейност, която си струва да се предприеме, при условие че съществуват средства за това.

Рециклиращото поведение на туристите е проблем, с който се сблъскват някои европейски градове, страдащи от сезонен туризъм, който води до нарастване на плаващото население далеч над постоянното. Този проблем засяга стандарта на живот не само на посетителите, но и на местните жители на тези райони.

Сред отбелязаните проблеми е липсата на информация за пунктовете за рециклиране, съчетана с факта, че туристите се чувстват освободени от социалните норми, когато са на почивка и извън обичайната си среда, което създава проблеми в специфични области като натрупване и безразборно смесване на отпадъци.

Проектът UrbanWaste, наред с други инициативи, възнамерява да коригира този лош имидж на дестинацията и да помогне да се гарантира, че пътуващите използват средствата, които градът им предоставя и които следователно повишават репутацията на града. Чрез ефективното използване на ресурсите се очаква интелигентният туризъм да има положителен ефект върху устойчивостта на дестинацията. За тази цел се възползва от постоянното използване на смартфони от пътуващите по време на посещението си. Използвайки това обстоятелство се насърчава проекологично поведение.

Приложението WasteApp, базирано на геймификация , има за цел да насърчи и активира механизми, които създават навик за рециклиране на поведение у посетителите.



Визуално от: www.urban-waste.eu

Тази работа беше оформена в контекста на устойчивия туризъм чрез поведение на рециклиране, като част от изследователската инициатива H2020, ръководена от консорциум от 11 града (Никозия, Сиракуза, Сантандер, Понта Делгада, Лисабон, Тенерифе, Дубровник, Ница, Копенхаген, Кавала и Флоренция), наречена UrbanWaste.

Едно от предложенията за изследване включва разработването на геймифицирано приложение, WasteApp, базирано на геолокация за насърчаване на поведението на туристите при рециклиране чрез поредица от награди.

Този раздел от проекта беше разделен на три основни фази. Първо, приложението беше дефинирано и усъвършенствано с обратна връзка от техническа фокус група. Впоследствие серия от четири избрани пилотни града бяха използвани за тестване на намерението за използване на приложението от група потенциални потребители. Тези резултати бяха използвани за усъвършенстване на

приложението преди внедряването на окончателната версия, тествана с туристи, които участваха в полеви експеримент, проведен в избраните пилотни градове.

Той е насочен към туристи, които преследват тройна цел: от една страна, има за цел да привлече вниманието на туристите към правилното използване на инфраструктурата за разделно събиране на отпадъци; от друга страна, става въпрос за използване на приложението като платформа за обширно събиране на данни за по-нататъшен анализ на поведението на туристите при разделно събиране. В допълнение, това приложение предоставя информация за туристите и събира оплаквания от потребители. И накрая, той се опитва да информира потребителя за правилата и методите за рециклиране във всеки град, като посочва пунктовете за събиране на отпадъци, времето за събиране и друга информация, които представлява интерес за туриста.

Приложението следва парадигма, базирана на геймификация, за да постигне посочените цели. Предложената геймификация се основава на получаване на точки, които могат да бъдат разменени за награди в пилотните градове на консорциума UrbanWaste. Механизмите за получаване на точки са разчитане на QR (Quick Response) кодове, намиращи се в кофите за отпадъци на градовете и публикуване на коментари в социалните мрежи чрез хаштага на проекта. Тези кошници се показват на карта, предоставена от приложението. Освен това всеки град има оферта за награди, които туристите могат да обменят за съответните точки.

Геймифицираното приложение е разработено с помощта на парадигмата на МДЕ (механика, динамика, естетика). Дизайнът беше наслоен на нива. Първо, механично ниво се занимаваше с алгоритмични връзки и структури от данни. Второ, динамично ниво се занимава с използването на механиката от потребителя и взаимодействията с вътрешните структури на самата игра. И накрая, нивото на „усещания“ беше пряко свързано с крайната цел на играта: да предизвика емоционален отговор от потребителя. В този случай целта е пряко свързана с три основни механизма: имплицитното

възнаграждение за знанието да допринесе за устойчивостта на посетеното място, получаването на точки и накрая съответната награда.

Играта трябва да работи на най-широко разпространените операционни системи за мобилни телефони и всеки град е проучен независимо. Философията на играта се основава на стратегия за награждаване чрез точки, при която потребителите получават точки чрез четене на QR кодове, разположени върху кофите за отпадъци.

Усещанията, които трябва да бъдат предизвикани у потребителя, са следните: полезност, предизвикателство (за потребители, търсещи награди) и социално/екологично съзнание. Предложената техника включва предоставяне на потребителите на информация за съоръженията за събиране на отпадъци на интерактивна карта, QR кодове на кошчетата за отпадъци до точки за достъп, списък с награди за всеки град и някои еко-съвети (екологични съвети, свързани с отпадъците), показани на екрана на потребителите след прочитане на QR кодове.



За да може едно геймифицирано приложение да увеличи вероятността за постигане на промяна в поведението, от съществено значение е да се гарантира, че има регулаторно влияние сред членовете на дигиталната общност. С други думи, даден член може да започне рециклиране, за да се приспособи към екологичното поведение на останалите членове по начин, който създава усещане за приемственост. От друга страна, елементите на играта създават

възможности за социално разпространение на идеи и поведение, правейки действията, които по своята същност са частни, видими за приятели и колеги.

Друго предимство, което геймифицираните приложения могат да осигурят на играча, е представено от конкретна информация за това как да развият собствено поведение, съобразено с околната среда. Туристите често нямат информация за стандартите и графици за разделно събиране на отпадъци в района, който посещават. Процесът може да бъде по-ефективен, ако на туристите се дават конкретни, лесни за разбиране инструкции, които им позволяват да знаят как, кога и къде да действат.

Както е посочено по-горе, геймифицираното приложение на устойчивост се стреми да поддържа и насърчава разумни поведения, като например рециклиране, намаляване на отпадъците или спестяване на енергия.

Инициативи, разработени за насърчаване на про-екологично поведение и рециклиране, са проектирани като изолирани експерименти (поставяне на отделен контейнер, който произвежда звукови и светлинни стимули, когато възникне действие). Въпреки това, предложението, в което е рамкиран проектът, се стреми да достигне до по-голям брой граждани чрез приложението WasteApp, което насърчава тези поведения и информира за близките квартали за рециклиране, използвайки инструменти за геймификация.

Инструментите за игра, използвани от стратегиите за геймификация, създават у потребителя състояние, което вътрешно мотивира гражданина да повтаря разумни действия; с други думи, благодарение на геймификацията се формира навик, който да удовлетвори потребителя.

Освен това можете да намерите здравни проучвания, които показват, че едно поведение се превръща в навик чрез повторение. Това означава, че честотата на това ново поведение е значителна и в крайна сметка включва хората в практиката. По-важното е формирането на ново мислене и промяна в поведението на потребителите.

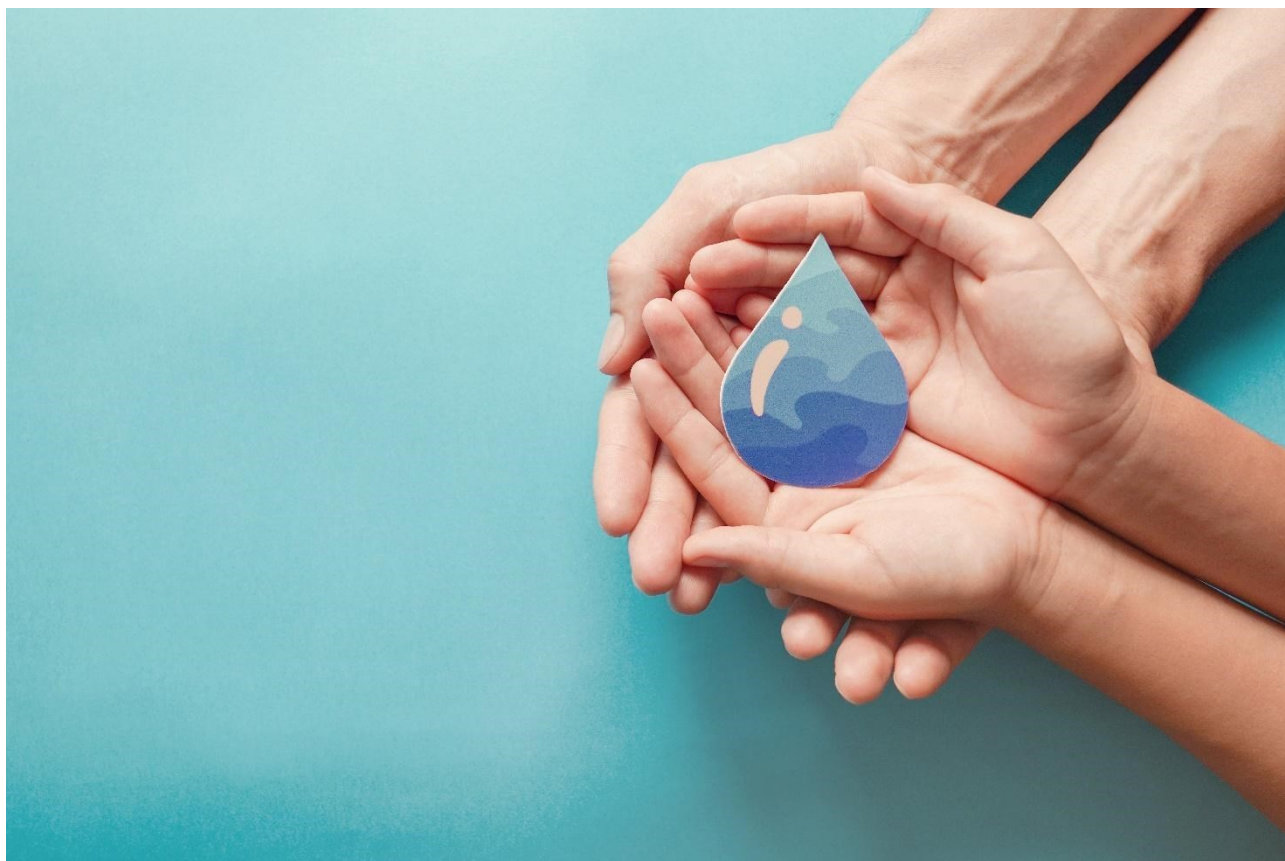
Дългосрочна промяна на поведението ще настъпи само ако хората следват разумно поведение и в крайна сметка го асимилират. Последните изследвания показват, че геймификацията успява да поддържа про-екологично поведение с течение на времето и да доведе до дългосрочна промяна в поведението.

Насърчаването на поведението на потребителите е един от ефектите на геймификацията, резултат, който изглежда е по-ефективен от наказанието. Като следствие от това се получава причинно-следствен ефект: геймификацията повишава удовлетвореността на потребителите, когато те редовно се информират за напредъка си и се предлага непрекъсната обратна връзка за целите, които постигат. Този факт дава възможност за усещане за индивидуална висока производителност, което засилва поведението, което приложението насърчава.

Психологическите ползи, включително удовлетворението от приложението, водят до ангажимент за използването му. Въз основа на теорията за планираното поведение се очаква удовлетворението на потребителите да има положително влияние върху приноса към действието по рециклиране.

6.1 Water Ark and Ocean Limited

Опазването на водата е друг контекст, в който изследователите тестваха дали устойчивостта може да бъде насърчавана чрез геймифицирани игри и приложения. В проучване, изследващо как да се увеличи ангажираността с таблото за управление на общността, за да се подготви за събития, свързани с водата (напр. планиране на опазване на водата по време на суша), изследователите сравняват как различните елементи на геймификацията влияят на това колко често участниците влизат в платформата.



Участниците, особено онези, които се интересуват да помагат на другите и да подкрепят своята общност, съобщават, че са мотивирани да се подготвят за събития, свързани с водата, в отговор на използването на елементи на геймификация, като печелене на точки за четене на статии, предоставени на таблото за управление. По същия начин добавянето на компонент за показване на водомер чрез приложение, което едновременно задава цели за опазване на водата, предоставя стимули за разговори за водата и позволява социално сравнение с други потребители, доведе до намаляване на потреблението на вода.

Установено е, че настолни игри като "Воден ковчег" повишават знанията и възприемането на личната отговорност към водните ресурси. По подобен начин тийнейджъри, които са играли "Ocean Limited", друга настолна игра, демонстрират повишена способност за решаване на съвместни проблеми, свързани с морската устойчивост (например планиране на отговор или предотвратяване на бъдещи нефтени разливи).

6.2 Гнездо

Когато става въпрос за пестене на енергия, един пример е интелигентният термостат Гнездо, който се стреми да контролира и управлява системите за отопление и охлаждане на дома. Това приложение съчетава три актива с данни: вградени сензори за движение и температура, местни данни за времето и наблюдения на обитателите на дома. За около седмица Гнездо създава персонализиран график за отопление и охлаждане за всяко семейство. Гнездо е естетически привлекателен, използва награден механизъм за виртуално „листо“, за да настрои температурата на енергийно ефективни нива и започна да влияе на поведението на потребителите.

Енергоспестяващото поведение е важно не само за еднофамилни домове, но особено за споделени жилища, като резиденции, студентски общежития или жилищни единици, тъй като самите обитатели са малко наясно с потреблението на енергия, докато мениджърите или собствениците имат високо ниво на интерес да го контролират. Тъй като обитателите нямат стимул да пестят енергия или да намалят загубата на ресурси, геймификацията е начин за повишаване на информираността по проблемите на околната среда.

Техниката на играта е използвана успешно за ангажиране на студенти от Оберлин Колидж и Университета на Южна Калифорния в състезание за намаляване на потреблението на ресурси в жилищата. В резултат на техните дейности беше осигурена екологична обратна връзка в мрежата или на споделени публични дисплеи.

В главата бяха разгледани ползите от геймификацията в туризма и хотелиерството въз основа на стълбовете на устойчивостта: икономически, социален и екологичен. Последиците и резултатите от техниките за геймификация са адресирани към различни видове заинтересовани страни. Това проучване поставя ролята на геймификацията за туризма и хотелиерството в по-широк аспект на устойчивото развитие.

Геймификацията допринася за цялостното туристическо преживяване и може да се използва като интерфейс между туристи, организации и местни общности, за стимулиране на отговорно и етично поведение. Освен някои подходи, които разглеждат геймификацията като друг начин за привличане на туристи или клиенти, има видима устойчива характеристика: всъщност, дори ако тази техника несъмнено е много ефективна за гарантиране на икономически растеж в анализирания най-добри практики, тя също е показала значителни ползи . по отношение на социална и екологична стабилност.

Разбира се, най-важната полза от геймификацията е да се увеличи лоялността към марката. Резултатите обаче не трябва да се оценяват само по отношение на количеството консумирани продукти или услуги, но и по отношение на желанието на туристите да възприемат устойчивото поведение, препоръчано от доставчиците на геймификация. Следователно някои ценности, създадени за намаляване на отрицателното екологично и социално въздействие, ще бъдат приложени от по-младите поколения.

От друга страна, геймификацията на туристическите услуги има положително въздействие върху комуникацията и социалното взаимодействие, което води до колективно осъзнаване, което е изключително важно за развитието на местните общности. Произтичащите от това промени - по-информиран и по-квалифициран персонал, повишено удовлетворение, по-точно предприемаческо стратегическо мислене, по-положителни нагласи на местните жители към туризма и устойчивостта - водят до задоволяване на клиентите , гарантирайки устойчивостта на туристическата организация. Директната връзка с туристите помага на местните общности да познават, насърчават и интегрират своята култура и културни ценности.

Заедно с по-квалифицирани служители, геймификацията допринася за подобряване на цялостния имидж на града или населеното място, развитие на сътрудничеството между компаниите, което може да има положително въздействие върху благосъстоянието на цялата общност. Най-добри резултати по

отношение на подобряването на устойчивостта бяха открити в случай на техники за геймификация, предназначени за разработване или създаване на нови продукти, обучение на служители и образование на туристи и жители. Чрез геймификацията новите туристически продукти интегрират икономически цели с положителни социални и екологични външни ефекти. Средата за обучение става по-ангажираща и туристите откриват историята, живота и идентичността на дестинациите, всичко това с минимално отрицателно въздействие върху местната общност и околната среда.

За да се стреми към устойчив подход, геймификацията трябва не само да заздравя връзката между туристи и служители, но и да включи местната общност в уравнението. Геймификацията може да помогне за преминаване от ориентирана към бизнеса гледна точка на геймификация към наистина устойчива такава. Самочувствието, социалното признание и възможността за създаване на нови приятелства и да повишат информираността на участниците в туризма относно въздействието на техните ваканции и да ги ангажират в разумно поведение.

ИЗТОЧНИЦИ

- Aguiar-Castillo, L.; Rufo-Torres, J.; De Saa-Perea, P.; Perez-Jimenez, R. How to Encourage Recycling Behaviour? The Case of Waste App: A Gamified Mobile Application. Sustainability 2018, 10, 1544.
- Anagnostopoulou et al., 2018; Hamari et al., 2014°.
- Carli, D. Print vs. Digital Media: False Dilemmas and Forced Choices.
- Huotari, K. and Hamari, J. (2012), "Defining gamification: a service marketing perspective", Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference, ACM,

Tampere.

- Koroleva, K., & Novak, J. (2020). How to Engage with Sustainability Issues We Rarely Experience? A Gamification Model for Collective Awareness Platforms in Water-Related Sustainability. Sustainability, 12, 712.
- UNEP; UNWTO. Making Tourism More Sustainable—A Guide for Policy Makers, 2005..
- Uskov, A.; Sekar, B. Serious games, gamification and game engines to support framework activities in engineering: Case studies, analysis, classifications and outcomes. In Proceedings of the 2014 IEEE International Conference Electro/Information Technology (EIT), Milwaukee, WI, USA, 5–7 June 2014.

ОТНОСНО

White Manager е частно дружество, създадено през 2015 г. в Милано. Обществото, родено като начало от мечтата на Басани за иновативно електронно обучение, има повече от 50 000 студенти от цял свят. White Manager работи като доставчик на различни глобални компании, занимаващи се основно с туризъм, услуги и застраховки, но също така и с асоциации с цел развитие на съзнанието на местните италиански пазари на вино.

White Manager създава пътеки за електронно обучение за младежи и възрастни, с цел да преподава и популяризира съдържанието чрез иновации и геймификация. Геймификацията помага на потребителя да се потопи по-лесно в обяснението и да запомни по-добре концепциите. Всички обучения включват най-иновативните стратегии и устройства за обучение (напр. виртуална реалност, разширена реалност; достъпни на телефони, таблети, лаптопи; дигитално обучение, дистанционно обучение, уебинари...)

Екипът на White Manager е млад, мултидисциплинарен, международен и динамичен. Съставен е от различни хора с различни

кариери и квалификации, които водят до качеството и разнообразието на проектите, които създават.

Специализиран в обучението и разработването на игри, White Manager разработи и продаде видеоиграта „The Way of Life“ в сътрудничество с CyberCoconut, друг стартап от Милано. „The Way of Life“ се занимава с теми като тормоз, евтаназия, тормоз и война, за да ангажира играча. Целта на играта е да събуди и развие критичното мислене и социалното съзнание на играчите.

През годината White Manager разработи множество курсове за електронно обучение по темите за специфични диетични нужди, хранителни опасности и за злоупотребата с храна, наркотици и алкохол. Тези курсове са съставени от комбинация от показания, превантивни мерки, алтернативни решения и добри практики, насочени към различните теми. Друг набор от курсове се занимаваше с възможния тормоз, дължащ се, наред с други проблеми, на хранителни проблеми и разстройства.

Друг клон на проекта, свързан с приложението, е поредица от практически курсове за електронно обучение, фокусирани върху подхода OJT – On the Job Training. Тези курсове напътстваха кухненския персонал на големите туристически компании в разбирането и фокусирането върху съставките и процедурите, които трябва да се използват за приготвяне на здравословни ястия.

White Manager също така има дългогодишен опит в избора на различни методи и решения за електронно обучение, за да разработи своите мултимедийни курсове, вариращи от видеоклипове на място и специално направени, курсове за виртуална реалност, 360° курсове, 3D и 2D курсове, курсове за геймификация .

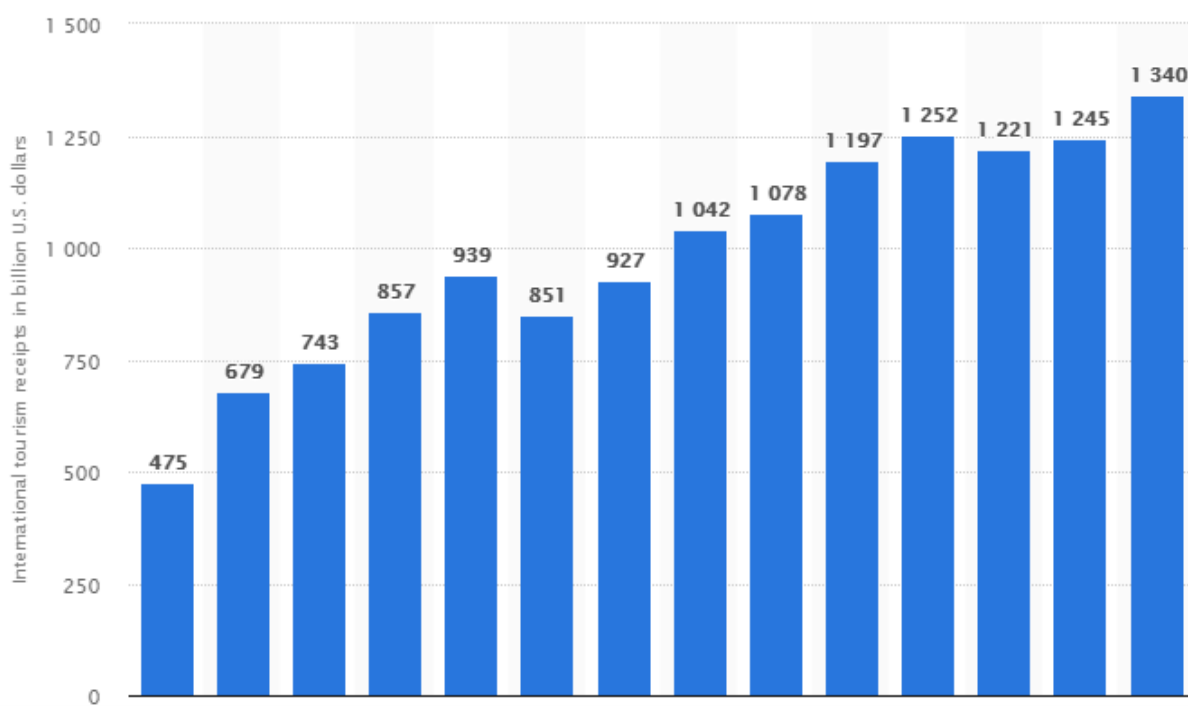


8. Как да насърчим екологично поведение на персонала

Rivensco Consulting Ltd

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът представлява динамичен сектор, който има голямо влияние върху световната икономика, създавайки среда за цялостно икономическо развитие, особено в страни с ограничени ресурси от суровини. Прякото въздействие на туризма претърпя огромен растеж от зората на хилядолетието и нарасна с приблизително 300% само за седемнадесет години (гр 1



Графика 1: Глобални приходи от международен туризъм от 2000 г. до 2017 г. (в милиарди щатски долари). Източник: Статиста (2018)

Конкретната идентификация осигурява солидна основа, върху която цялостното разбиране на устойчивостта в рамките на туристическата индустрия трябва да бъде критично изследвано и оценено. Бързият растеж на приходите не може да бъде изолиран от цялостното разбиране на туризма и по-конкретно как това може да окаже влияние върху икономиката на Република Кипър, която до голяма степен зависи от туризма.

Индустрията на хотелиерството винаги е била считана за един от основните двигатели на икономическия растеж в световен мащаб, допринасяйки значително за няколко основни индекса. Тази тенденция се увеличава бързо през последните няколко десетилетия, като 2019 г., годината точно преди избухването на пандемията от Covid-19, се счита за най-добрата година за световната хотелиерска индустрия. Важно е, че тази тенденция е сходна във всички региони, въпреки някои колебания по отношение на нивото на това развитие, като по този начин се подчертава значението на индустрията за хотелиерство на местно, национално и дори регионално ниво, като Европа е една от основните сътрудници. Според Световната организация по туризъм към ООН (UNWTO, 2020 г.), някои от тези факти са следните:

- Туризмът е третата по големина експортна категория (след горивата и химикалите) и през 2019 г. представляваше 7% от световната търговия
- В няколко държави приносът на туризма в националния брутен вътрешен продукт (БВП)
- Туризмът беше силно засегнат от пандемията от Covid-19 и се очаква да бъде този, който ще се възстанови последен
- Нито една нация не е била засегната от въздействието на пандемията Covid-19, което създава опасения за бъдещото развитие
- Приходите от износ от туризъм може да намалее с \$910 милиарда до \$1,2 трилиона през 2020 г. Това ще има по-широко въздействие и може да намали световния БВП с 1,5% до 2,8%
- Някои малки островни развиващи се държави (SIDS) ще бъдат отрицателно засегнати от до 80% поради пандемията

Всички горепосочени елементи създават сериозни опасения относно стратегическата роля и въздействието на индустрията на хотелиерството и как тя може да се радва на стабилно и устойчиво развитие, след последните негативни ефекти. Очаква се това да доведе до няколко промени на много нива в организационната йерархия, изискващи съществени промени, за да се гарантира, че индустрията на хотелиерството ще продължи да има значителна роля в глобалната икономика. Това има нарастващо значение за по-малките страни, особено тези, които са силно зависими от туризма (като Република Кипър е една от тях), следователно има значителна необходимост да се гарантира, че те ще разработят подходящите стратегии (МВФ, 2020 г.).

Кипърска инициатива за устойчив туризъм CSTI

През 2006 г. Република Кипър, в пълно сътрудничество с частния сектор, разработи Кипърската инициатива за устойчив туризъм (CSTI), която се превърна в основен елемент от развитието на туризма. По-конкретно, „Целта е да се насърчи развитието на устойчив подход към туризма в Кипър чрез опазване, опазване и защита на околната среда, разумно използване на природните ресурси и подобряване на социалните и икономическите условия на маргинализираните селски общности на Кипър.“ (CSTI, 2019). Сътрудничеството между CSTI от една страна и Кипърската туристическа организация (СТО) и Travel Foundation UK от друга страна, позволи на туристическата индустрия да процъфтява дори по време на бурни икономически времена.

CSTI успя през годините да привлече и ангажира в работата си голям брой членове, които ефективно допринасят за повишаването на интереса към културните ценности в местните общности, както и в частните организации. Най-важното е, че CSTI обхваща 64 групи компании, работещи в туристическата индустрия, 8 производители на предимно традиционни продукти, 7 местни общини и 3 университета. В допълнение, много известни личности обединиха сили, за да допринесат за Инициативата, която успя да разработи няколко пионерски проекта, които се фокусират върху устойчивостта на

туристическата индустрия (Графика 3).

Горните проекти предоставят място за разбиране на въздействието на стратегическия фокус на Кипър, както от публичния, така и от частния сектор, при разработването на солидна устойчива стратегия, която ще позволи на туристическата индустрия да стане по-ефективна и конкурентоспособна на международния пазар.



Образование и устойчив туризъм

Образованието е важно за развитието на устойчивостта в туристическата индустрия. Според Москардо (2015, р.1) „Нарастващата загриженост на обществото относно проблемите на околната среда допринася за натиска върху правителствата, бизнеса, групите и отделните лица да намерят решения, които се движат към по-устойчива връзка с планетата. Ключов елемент за постигане на целите за устойчивост е образованието.“

Тази идентификация е наистина важна, тъй като е в пълно съответствие с фокуса на страната върху разработването на стратегия за образование на хората. Това образование се основава на три нива:

i.



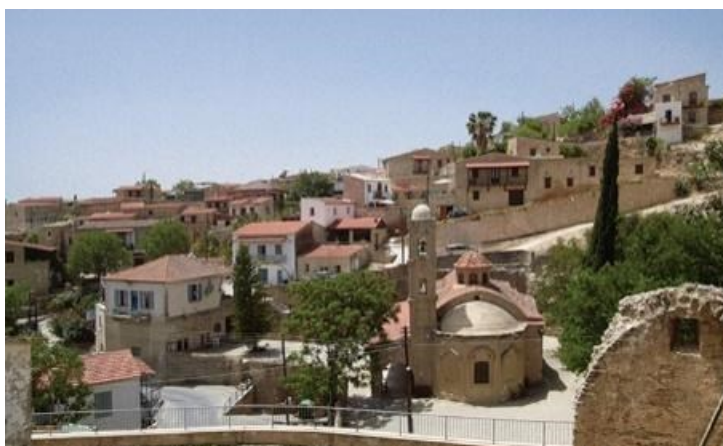
- I. Средно образование: Подготовка на учениците да навлязат в индустрията като професионални готвачи и сервитьори, като им се предоставят подходящите умения за развитие в конкретните работни места, както и способността да доразвият уменията си във висшето образование. Тези програми се предлагат във всички градове в техническите училища и са част от официалната учебна програма на Министерството на образованието и културата на Република Кипър;
- II. Горно средно образование: На това ниво учениците, които завършват програми, предлагани в средното образование, са подготвени да се присъединят към туристическата индустрия в няколко професии като пекар, информационни технологии (ИТ) и комуникация, електрически и промишлени инсталации и управление на доставките на продукти;
- III. Висше образование: Няколко колежа и университета са разработили пионерски програми, за да подготвят студентите да навлязат в индустрията за пътувания, хотелиерство и събития (THE) на ръководни позиции. Главно частни третични организации като C.D.A. College, CIM, UCLAN Cyprus, American College, KES College, The College of Tourism and Hotel Management, Intercollege, Университета в Никозия и Европейския Университет в Кипър предоставят голям брой бакалавърски и следдипломни степени, за да подготвят студентите да влязат в индустрията, създаване на устойчивост по отношение на човешките ресурси. Важно е, че всички завършили са погълнати от

индустрията, следователно, създавайки подходяща среда, която другите да следват;

В допълнение към горните три нива, правителството на Република Кипър през последните години успя да разработи серия от програми чрез Органа за развитие на човешките ресурси, които се фокусират върху предоставянето на непрекъсната подкрепа на професионалисти в няколко индустрии, като туристическата индустрия ще бъде на предната линия на конкретните програми. Чрез тези курсове за обучение страната успя да развие дългосрочно конкурентно предимство, тъй като страната може да разчита на работната си сила, за да изведе индустрията напред, тъй като това се счита за жизненоважно за цялостното развитие на индустрията в Кипър.

Устойчив агротуризм

В Кипър агротуризмът през последните години бележи огромен растеж поради стратегическия фокус на страната върху предоставянето на хората и бизнеса в селските райони на подходящите удобства, както финансови, така и нефинансови, за да стане по-ефективен и да се изправи срещу нарастващата урбанизация, която доведе до отрицателно въздействие върху



икономическото развитие на селските райони.

За да се даде възможност за устойчиво развитие, страната е разработила и приложила конкретни мерки като:

- I Финансова подкрепа;
- II Обучение на човешки ресурси;
- III Поддръжка на информационни технологии;
- IV Маркетингова подкрепа
- V Обща онлайн платформа (<https://www.agrotourism.com.cy>).

Тези действия позволиха развитието на над две хиляди малки и средни предприятия (МСП) да процъфтяват в селските райони, създавайки над пет хиляди нови работни места, като по този начин допринасят за икономическото развитие на страната след неотдавнашната финансова криза. Агротуризмът представлява важен елемент за всяка страна и неговата устойчивост зависи в голяма степен от способността на всяка страна да подкрепя подобни действия (Уилямс, 2016 г.).

Алтернативни устойчиви форми на туризъм

Устойчивостта в туризма изисква от държавите да гарантират, че провеждат разширено маркетингово проучване, за да идентифицират пазарните тенденции и да предоставят възможност на бизнеса да създаде нови алтернативни форми на туризъм, които не само ще бъдат успешни финансово, но и ще се характеризират с дълго -срочна устойчивост, водеща до солидно конкурентно предимство (Triarchi & Karamanis, 2017).



Кипър традиционно успява да развие цялостните си туристически продукти и услуги върху това, което страната има в „масовото производство“; това на слънчевото време и балансираните температури, дори през зимните месеци, които се характеризират с мек климат и относително поносими температури. Това утвърди страната като ясно релаксираща дестинация по отношение на времето.

Въпреки това през последните две десетилетия страната, чрез своята Национална стратегия, която обхваща както публичния, така и частния сектор, разви няколко алтернативни форми на туризъм. Тази национална стратегия наистина успя да се изплати и страната отбеляза сравнително положителен растеж в други форми на туризъм като:

- I. Медицински туризъм, който привлича хиляди посетители и се основава на два основни стълба. Първият се отнася до пациентите и привлича хиляди поради високото качество на частното медицинско лечение, съчетано с по-ниската цена на частните болници в сравнение с други развити страни в ЕС (www.medicaltourism-cyprus.com). Вторият стълб се отнася до медицинските конференции, които процъфтяват в Кипър, особено през последните години (Med Events, 2019);

- II. Поклонническият туризъм се счита за една от най-ранните и най-важни форми на туризъм. Кипър предлага чудесна възможност за хората да посетят няколко места, които са свързани с ранните християнски години, привличайки посетители както от православни, така и от католици, както и от протестанти. В допълнение, толерантната и екстровертна религиозна среда на острова позволява на други хора да посещават тези забележителности.
- III. Спортният туризъм е идентифициран като масова индустрия, която е имала голямо влияние върху икономиката на Кипър и е успяла да създаде добра марка на международния спортен пазар. Идеалният климат, особено между септември и май, позволява развитието на няколко големи събития като маратоните, които се провеждат във всеки град, по различно време на годината, така че всички да могат да се възползват. Освен това през ноември – февруари страната посреща десетки футболни отбори от северната част на Европа, в които климатът не улеснява тренировките. Въз основа на това страната е подобрила своята инфраструктура както в количествено, така и в качествено отношение.
- IV. Туризъм за гмуркане също привлича хиляди посетители, тъй като чистите и безопасни води на страната позволяват привличането на хора, които търсят тази алтернативна форма на туризъм. В допълнение, „64-те плажа със Син флаг в Кипър успяха да класират Кипър на първо място в Европа за съотношението на плажовете, получили „Син флаг“, спрямо общия брой плажове в страната, за дванадесета поредна година. 8 кипърски плажа бяха наградени със Син флаг за първи път в Кипър през 1995 г.“ (Гойкович, 2017 г.). Ето защо се счита, че това допринася за цялостния туристически продукт, създавайки възможност за бизнеса, свързан с конкретната индустрия, да се развива на по-професионално ниво, като има пълната подкрепа на властите в страната.

Всичко това представлява само част от разработените алтернативни форми на туризъм. Списъкът не е изчерпателен, но се считат за едни от най-добрите начини за привличане на повече хора и удължаване на летния сезон, тъй като сезонността представлява една от най-важните пречки в индустрията (Дуро, 2018). В допълнение към всичко по-горе, наскоро започнаха други инициативи в области като кулинарно-винения туризъм, тъй като Кипър е една от първите страни, които произвеждат вино; и колоездачен туризъм поради формирането на страната и хубавото време. Въпреки това трябва да се направи повече в тях, тъй като те са само в началните си стъпки.

Организационното поведение се счита за изключително важен фактор в развитието на съвременните организации, карайки мениджърските екипи да установяват екстровеъртни политики, за да гарантират, че те ще увеличат значително цялостното представяне, както във вътрешна, така и във външна среда. Организационното поведение се дефинира като „... академичното изследване на това как хората си взаимодействат в рамките на обществените групи. Неговите принципи се прилагат предимно в опити бизнесът да работи по-ефективно“ (Инвестопедия, 2022 г.). Тази идентификация дава възможност да се изследват редица други елементи, свързани с бизнес операциите, и най-важното, с хотелиерската индустрия, тъй като последната наистина се сблъсква с някои сериозни проблеми във връзка с организационното поведение, което води до сериозни проблеми, като напр. производителността и така желаното удовлетворение на клиентите.

В допълнение към всичко по-горе, също така се счита за първостепенно важно да се определи концепцията за проекологично поведение (РЕВ) и как тази концепция може да допринесе за нейното въздействие в индустрията на хотелиерството. Бяха разработени няколко подхода, за да се идентифицира понятието, предоставяйки широк спектър от идеи. Един от най-достоверните обаче е разработен от Graves et al. (2013, стр. 81), както дефинира РЕВ като „широк набор от екологично отговорни дейности като научаване на повече за околната среда, разработване и прилагане на идеи за намаляване на въздействието на компанията върху околната среда, разработване на

зелени процеси и продукти, рециклиране и повторно използване и разпитващи практики, които вредят на околната среда.

Като добавим към всичко изброено по-горе, РЕВ потенциално може:

- Да приведе организацията в съответствие с целите за устойчиво развитие (ЦУР), които ще се отрази в цялата посока, особено когато това е свързано с механизма на стратегията и представлява основно измерение
- Може значително да подобри очакваните положителни резултати от цялостното организационно представяне на организациите и да установи по-нататъшни устойчиви преходи към нисковъглеродно производство. Последното може да се разгледа като защита на околната среда, както и способността на организациите да осигурят устойчива политика за корпоративна социална отговорност (КСО) (Mouro & Duarte, 2021).
- Всички гореспоменати идентификации и аргументи могат да помогнат на организациите да станат по-екстровеертни и следователно да планират дългосрочни цели, които РЕВ може да има както по отношение на вътрешни, така и на външни аспекти на околната среда. Това може да осигури допълнителни стимули както за лидерите/мениджърите на организациите, така и за служителите, което води до очевидни ползи, които могат да допринесат за устойчиво развитие.
- През последните години развиващите се страни се възползваха напълно от подобни действия, за да постигнат няколко цели като:
- Защита на тяхната среда, тъй като те се чувстваха уязвими от общите условия на околната среда, които съществуват в работата и водят до отрицателно въздействие в тези страни, което далеч не е пропорционално по отношение на това,

което те действително произвеждат по отношение на емисиите. Това е по-очевидно в силно чувствителни зони, в които защитата е важна.

- Защита на бизнеса в страната, особено на малките, тъй като те са изложени както на вътрешни, така и на външни предизвикателства на РЕВ, поставяйки цялостното им оцеляване в очевиден риск. Това може да се види в малки предприятия, работещи в отдалечени и/или необлагодетелствани райони, където има някои сериозни рискове относно тяхното устойчиво развитие.
- Създаване на сътрудничество между публичния и частния сектор, които могат да добавят към съществуващата стойност в НІ. Членовете на персонала могат да се възползват и фокусират върху публично-частните партньорства (ПЧП) и потенциално могат да повишат своята информираност относно РЕВ, защитата на външната среда и, разбира се тяхната вътрешна среда.
- Обучение на човешките ресурси на НІ в области като опазване на околната среда чрез операциите на техния бизнес. Обучението в области ,като необходимостта от рециклиране доведе до положителни резултати, особено в малките градове, които разчитат на привличането на туризъм, следователно тяхното устойчиво развитие е основно изискване. В такива малки градове участието на по-голямата част от населението създава нови възможности и спомага на местния бизнес да развива своите РЕВ дейности, както вътрешен, така и външен план.
- Такива дейности по рециклиране на РЕВ могат да имат големи предимства като:

I. Намалява отпадъците, изпращани в депата и инсинераторите –

Европейската комисия (2019) обръща изключително внимание в тази посока, за да идентифицира проблема и да повиши осведомеността, като по този начин задейства подобрен РЕВ от служителите в НІ, като заявява, че „Разходите за обезвреждане на отпадъци вероятно ще нарастват в бъдеще поради намаляващото пространство на депата и увеличаващите се разходи за събиране и обезвреждане. Лошото управление на отпадъците има последици за хигиената и здравето, качеството на околната среда, ресурсите и икономическата устойчивост. Множество разпоредби се отнасят до управлението и обработката на отпадъците, включително местни, национални и европейски разпоредби за отпадъците, разпоредби за здраве и безопасност във връзка с обработката на отпадъци, разпоредби за шум във връзка с операции по уплътняване и събиране.“ Подобни доклади и идентификации от официалните органи на ЕС не могат да бъдат подценени, тъй като те дават ясни насоки за отрицателното въздействие на туризма и най-важното как всички тези негативни последици наистина могат да бъдат противопоставени в резултат на стратегически подход. Очевиден факт е, че ролята на РЕВ от името на служителите на НІ може да допринесе в тази посока, включвайки ,както публичния, така и частния сектор (публични и частни партньорства – ПЧП) да разработят действия, които значително ще допринесат за опазването на околната среда. Такива ПЧП екстровеертни и иновативни действия отдавна са установени в НІ в няколко части на света, като например в Азия с помощта на Азиатско-тихоокеанското икономическо сътрудничество (АРЕС, 2002), което доведе до създаването на неговите известни 5 Ps и постепенно доведе до устойчиво опазване и развитие на околната среда:

1. Политика и планиране
2. Прогнозирано моделиране
3. Мониторинг на ефективността
4. Подобряване на производителността
5. Отчитане на изпълнението

II. Предотвратяване на замърсяването – Нивото на замърсяване в резултат на туристическата дейност по целия свят се увеличи

драстично през последните няколко десетилетия. Нациите, така и отделните предприятия във всички сектори на туризма не успяха да се справят ефективно с проблема и следователно, предоставиха възможно най-добрите си решения. Това нарастване на замърсяването през последните десетилетия, въпреки непрекъснатите усилия на учени от цял свят, които призовават за предприемане на незабавни и ефективни действия за защита на околната среда и гарантиране на устойчивото развитие на индустрията, особено в екологично чувствителните зони които изискват незабавни мерки. Проблеми като изхвърлянето на боклук, използването на прекомерна храна, въпреки че това не е необходимо, емисиите, произведени от транспорта на индустрията (самолети, товарни кораби, автобуси и т.н.) са само някои от елементите, свързани с индустрията и общото замърсяване. По-конкретно, туризмът е отговорен за приблизително 8% от световните въглеродни емисии, което изисква незабавни действия (СТИ, 2020 г.). Въпреки че това е широкообхватен въпрос, свързан с разработването на Стратегията както на национално, така и на международно ниво, ролята на служителите в рамките на РЕВ може да се счита за жизненоважна, тъй като чрез техните действия могат:

- Информирание на туристите за отрицателното въздействие на техните действия и им помогнете да разберат, че опазването на околната среда на местата, които посещават, не е само полезно за конкретните райони, вместо това може да доведе до натрупани ползи, засягащи техните собствени жилищни райони.
- Разработване на действия заедно с бизнеса, за да повишат осведомеността, особено сред по-младите поколения, които са по-склонни да участват в подобни действия. Тези действия на РЕВ могат да се считат за фундаментални поради дългосрочното положително въздействие.

III. Опазване на природните ресурси - Необходимостта от опазване на природните ресурси преживява значителен подем поради бързите промени в околната среда по целия свят, които изискват специално внимание, като учените трябва да обърнат изключително внимание в

тази посока. Освен това няколко организации, като тази на National Geographic (2022), подчертават важността на опазването на природните ресурси и заявяват, че „Опазването е грижата и защитата на тези ресурси, така че те да могат да се запазят за бъдещите поколения. Това включва поддържане на разнообразието от видове, гени и екосистеми, както и функции на околната среда, като цикъл на хранителни вещества. Въпросът, който се поставя във връзка с туризма и ПЕБ, е доколко човешкият ресурс е образован и готов, за да даде възможност за създаване на дейности, свързани с разглеждания проблем. Човешкият ресурс на туристическата индустрия може да разработи РЕВ действия и може да помогне в селските и други свързани необлагодетелствани райони за преодоляване на проблеми като „отпадъчния туризъм“, който заплашва няколко области по света, с някои от най-емблематичните градове (като Венеция, Амстердам , и Барселона) да се сблъскват с такива сериозни проблеми. Следователно човешкият ресурс чрез ежедневното си взаимодействие с туристите може да помогне на последните да станат по-образовани и да създадат по-устойчиво развитие. Екотуризмът беше отрицателно повлиян от широкото развитие на „отпадъчния туризъм“ с човешкия ресурс, който да добави към опазването на природните ресурси чрез специфични РЕВ. Те включват разпространението на писмени материали, разработени от националните и регионалните власти, и обясняват въздействието на „отпадъчния туризъм“. Освен това няколко изследователи са установили, че РЕВ в екотуризма е важен за управлението на конфликти в екотуризма и влошаването на околната среда в екотуристическите райони е силно повлияно от обезценяващото поведение на посетителите.

IV. Спестяване на енергия – Концепцията за спестяване на енергия се дефинира като „спестяване на енергия означава количество спестена енергия, определено чрез измерване и/или оценка на потреблението преди и след прилагането на мярка за подобряване на енергийната ефективност, като същевременно се гарантира нормализиране за външни условия, които влияят на потреблението на енергия. ” Човешкият ресурс на туристическата индустрия може да повлияе

положително на този опит чрез РЕВ, който може да се основава на конкретни стратегически действия като:

- Разработване на програма за енергиен мениджмънт – Това може да предостави конкретни насоки, които могат да бъдат приложени в няколко действия, като например използване на климатични модули. Това е важно, особено през летния период, когато потреблението на енергия достига максималните си точки. Следователно РЕВ от служителите в индустрията на хотелиерството е от жизненоважно значение
- Разработване на сензори и контроли – Човешките ресурси, особено тези, работещи в отделите по механика, инженеринг и поддръжка, могат да предоставят предложения за практически решения, които ще допринесат за спестяване на енергия, като ролята на технологията, като сензори и контроли, трябва да бъде практическо действие на РЕВ
- Системи за възобновяема енергия – Точно както предишната дейност на РЕВ, прилагането на системи за възобновяема енергия може да допринесе за опазването на околната среда, особено в силно чувствителните туристически райони. Отделите за поддръжка, особено в големите предприятия, могат да добавят към това, като обяснят на ръководството дългосрочните ползи
- Резервоари за гореща вода и високоефективни котли – Въпреки че тези две действия са разделени, на практическо ниво могат да бъдат обединени. Човешките ресурси в HI могат да приложат такива решения в своята стратегическа програма. Изискването на бюджет, свързан с тези два аспекта, може да има няколко предимства. Първо, бизнесът ще спести много пари в дългосрочен план, и второ, туристите могат да станат по-осведомени. Такива РЕВ дейности са наистина важни и предвид проблема с недостига на вода необходимостта да се съсредоточим върху пестенето на вода е по-голяма от всякога.

V. Създаване на работни места – Създаването на работни места остава основно предизвикателство за сектора на туризма, както и за цялата икономика. Един от основните настоящи проблеми, въпреки факта, че глобалните икономики са засегнати от висока инфлация и високи нива

на безработица, е невъзможността да се намерят квалифицирани човешки ресурси. Това е ясно видимо в туристическата индустрия, която беше силно засегната от негативните последици от пандемията от Covid-19, която разкри структурните проблеми на НІ. Това налага ефективно стратегическо планиране от страна на националните органи за ефективно справяне с проблема. По отношение на РЕВ и създаването на работни места, както компаниите, така и служителите са призовани да разработят конкретни и добре фокусирани действия, които ще доведат до привличане на подходящ брой квалифицирана работна сила, за да се оборудва НІ. Някои от тези действия се отнасят до:

- Развитието на екотуризма, който има способността не само да създава работни места в НІ, но най-важното, да даде възможност на служителите да разнообразят придобитите си умения и следователно да станат по-продуктивни. Екотуризмът се развива бързо по целия свят, позволявайки създаването на работни места за милиони хора. Най-важната част е, че новите работни места в екотуризма се разпределят между местните общности, следователно има изяснена насока за корпоративна социална отговорност (КСО), която трябва да бъде повдигната от НІ. Служителите в НІ могат да образуват по-млади хора чрез РЕВ дейности, за да ги привлекат. Някои от областите, в които тези дейности могат да бъдат развити, са „обиколки сред природата, наблюдение на флората и фауната, туризъм с културно и местно наследство, вулканичен туризъм; риболовен туризъм, колоездачен туризъм, туризъм за наблюдение на птици, каяк туризъм, разходки в гората, пешеходен туризъм, туризъм в студени води, лов; посещение на паркове, панорамно шофиране, фотографски туризъм, къмпинг; изживяване на плажа, почивка, пътуване за самоусъвършенстване“ (КБИ, 2020 г.).

Подхождайки критично към РЕВ и гореспоменатите дефиниции, както и към всички останали въпроси, които са разработени, като част от потенциала на служителите да станат основен играч в дейностите на РЕВ, може да се каже, че тази концепция:

Насърчава развитието на учебна среда в организациите, за да увеличи натрупаните знания и следователно да предостави

възможност за съществен принос в организацията. Отделните организации в НІ е по-вероятно да станат по-екстровертни, да развият по-печеливши дейности и да задържат служителите си по-дълго от други организации. Обучаващите се организации се считат за онези организации, които използват систематичен подход и стратегии, за да развият вътрешна култура, която ще се фокусира върху придобиването на нови знания, тъй като тези знания се считат за едни от най-критичните аспекти, които ще им помогнат да се развиват по устойчив начин . Обучаващите се организации в НІ се увеличават бързо и предоставят възможност на служителите си да развиват своите умения и РЕВ, въз основа на собствените си уникални умения и опит, всички от които са мотивирани за дългосрочен успех. Наклонените организации в НІ могат чрез РЕВ да имат конкретни предимства като:

- По-подготвени, продуктивни служители – Когато служителите в НІ са активно ангажирани в дейностите на РЕВ, е по-вероятно да постигнат по-добри резултати и да създадат онези среда, която ще може да привлече по-квалифицирани служители, както и да ангажира туристи в дейностите на РЕВ, което се счита за съществен елемент
- Идентифициране на нови възможности – Учещите се организации са по-склонни чрез стратегическото планиране на РЕВ да идентифицират нови възможности и да създадат подходяща среда за иновации, креативност и следователно устойчиво развитие. Тази ангажираност на служителите води до ползи в отдалечени и/или необлагодетелствани райони
- Развитие на лидерство – Обучаващите се организации, които прилагат РЕВ като част от техните програми за CXPM, се оказваха по-гъвкави в развитието на нови лидери. Такива програми предоставят възможност на целия НІ да стане по-екстровертен и дават възможност на човешкия фактор да бъде по-активно ангажиран и да развие критични лидерски умения.

Повишава необходимостта мениджърите да създадат ползотворна среда, която да подобри подобни дейности, чрез създаването на стратегически план, който ще вземе предвид всички съображения на служителите. Дейностите на РЕВ изискват от мениджърите да развият

специфични лидерски умения, които ще им помогнат да предизвикат интереса на служителите и да им помогнат да разберат, че тяхното участие в НІ може да има по-големи ползи за цялото общество. Някои от лидерските умения, които служителите на НІ могат да прилагат по време на РЕВ дейности и да помагат на другите да участват в техните действия, са:

- Изграждане на взаимоотношения между служителите и организацията; сред служителите и туристите, и най-важното, да свърже всичко по-горе с местните общности
- Гъвкавост и адаптивност, тъй като и двата елемента осигуряват на служителите на НІ да станат по-гъвкави в своите РЕВ, като се адаптират към уникалните нужди и изисквания на всяка група
- Иновация и креативност, тъй като служителите на НІ могат да бъдат призовани да развиват действия, които се считат за иновативни. Иновацията е критичен фактор както за НІ, така и за концепцията за лидерство
- Мотивация за подобряване на ефективността и ефикасността. НІ се характеризира с такива изисквания в дейностите на РЕВ, тъй като те са свързани с наличието на ресурси и тяхното ефективно разпределение и използване
- Вземане на решения в случаите, когато НІ трябва да вземе критични решения. РЕВ в НІ дейностите се основават на факти, следователно служителите могат да прилагат такива умения чрез своето лидерско развитие

Повишаване на мотивацията в организацията за необходимостта от развитие на дейности за самооценка и саморазвитие, всички жизненоважни за ефективното развитие както на лично, така и на организационно ниво. Самооценката се определя като основен инструмент, който се използва от все по-голям брой НІ организации по целия свят и позволява на служителите да оценят представянето си въз основа на специфични критерии. Това може да им помогне да се подобрят, тъй като самооценката обикновено се използва само по лични причини. Следователно това може да се използва в дейностите на РЕВ, както по вътрешни, така и по външни причини.

Организационното поведение и РЕВ в рамките на силно чувствителния HI се основават на специфични градивни елементи, които трябва да бъдат разработени в рамките на организацията, за да се гарантира, че организационното развитие наистина се основава на научна структура, а не само на емпиричен подход, въпреки че последното се счита за изключително важно за здравословното развитие на HI. Очаква се това да доведе до положителен резултат и да създаде усещане за включване в работата за всички човешки ресурси, следователно да повиши цялостната способност на организацията да развива своя човешки капитал, както в брой (Количество), така и в натрупаните умения и знания (Качество) . Следователно и двете трябва да съществуват съвместно в дейностите на HI РЕВ. Тези градивни елементи са:

- Хора – Човешкият ресурс и следователно човешкият капитал представляват незаменим фактор, който трябва да бъде в основата на всяка бизнес организационна дейност. Това има нарастващо значение в индустрията на хотелиерството, тъй като хората, работещи в нея, влизат в контакт с гости от различен произход, следователно това прави тяхната роля жизненоважна
- Структура – Структурата на всички организации е ключов елемент за установяването на положителни резултати. Освен това, изяснената структура позволява на човешките ресурси да идентифицират предизвикателствата по отношение на организационното поведение, както и поведението, ориентирано към околната среда. Като се има предвид факта, че последното може да бъде свързано както с вътрешните оперативни среди, така и с въздействието върху физическата среда, която индустрията на хотелиерството има, структурата се оценява като елемент, който може да увеличи производителността, както и чувствителността към околната среда.

Информационни технологии – Бързото развитие на информационните технологии във всички сектори на икономическата дейност предоставя възможност на организациите да получат данни за ofertите, да ги анализират и следователно да създадат обширна

база данни, която може да се използва както за вътрешни, така и за външни причини. Базата данни в индустрията на хотелиерството може да помогне на организациите да идентифицират основните предизвикателства и тенденции по отношение на организационното поведение и следователно да информират и повлияят на човешкия ресурс във връзка с поведението, ориентирано към околната среда. Все по-голям брой компании в хотелиерската индустрия са насочили своите стратегии към конкретната посока, особено след като последователните икономически колебания създадоха нови реалности в индустрията

- Околна среда – Концепцията за околната среда в хотелиерската индустрия се счита за сложна и през последните няколко десетилетия бяха разработени няколко подхода, както в академичните изследвания, така и в професионалния подход, тъй като те влияят на цялостното качество (Goetsch & Davis, 2016) . Първият подход е свързан с вътрешното организационно поведение и вътрешната бизнес среда, която е насочена главно към маркетинговата концепция, тъй като физическата среда представлява неразделен елемент от подхода на маркетинговия микс, в който клиентът и човешкият фактор си взаимодействат. Поведението може да повлияе на опита на клиента. Въпреки това, в индустрията на хотелиерството концепцията за среда придобива различно значение, тъй като взаимодействието се осъществява в няколко аспекта.. Всичко това създава необходимостта от разглеждане на околната среда от напълно различна гледна точка, особено след като алтернативните форми на туризъм могат да се добавят към цялостното предложение за стандарт, като проекологичните поведения трябва да се считат за приоритет за цялата хотелиерска индустрия.

Изследването на четирите основни блока за организационно поведение и РЕВ води до конкретни заключения, които индустрията на хотелиерството трябва да вземе сериозно под внимание, за да успее да повлияе ефективно на човешкия актив към подобрене във връзка с подразглежданите субекти.

Следователно тези заключения се отнасят главно до:

- Необходимостта от инвестиция в човешките активи, за да стане основна заинтересована страна в този процес. Това може да бъде постигнато само чрез ясен стратегически подход, който ще повлияе на про-екологичното поведение
- В резултат на горното, структурите в индустрията на хотелиерството трябва да бъдат опростени, тъй като съществува риск да бъдат възприемани като бюрократични и следователно да се превърнат в отрицателен фактор (Nurdaulet, 2022).
- Трябва да се обърне специално внимание на инвестициите, свързани с информационните технологии, тъй като последните могат да предоставят огромни възможности както на организациите, така и на техните служители. Може също така да допринесе за разпространението на знания по отношение на поведението, ориентирано към околната среда
- Някои от предизвикателствата, които засягат РЕВ в членовете на персонала в НІ и потенциално могат да навредят на цялата организация и следователно способността ѝ да се развива въз основа на етични и правни принципи, се отнасят до следното:
- Изграждане на взаимоотношения – Вътрешните взаимоотношения между ръководството и отделите са изправени пред сериозни проблеми, които доведоха до ниски нива на задържане, особено в малките и средни предприятия (МСП). Като се има предвид стратегическото въздействие на МСП в световната икономика и разбира се в рамките на икономиките на ЕС и Обединеното кралство, в които МСП представляват до 67% от общия принос към брутния вътрешен продукт (БВП), тяхната роля на РЕВ е, че бележат огромен растеж, тъй като могат да помогнат за намаляване на отрицателното въздействие върху

околната среда и следователно п за по-устойчиво бъдеще (GOV. UK. 2022). Освен това, това имаше отрицателно въздействие върху отношенията между мениджърите на отдели и ръководството; мениджъри на отдели и подчинени в техните отдели и най-лошото от всичко, токсична среда и взаимоотношения между служителите в същия отдел.

Мотивиране на служителите – Мотивацията на служителите се повиши през последните няколко десетилетия както на академично, така и на професионално ниво, добавяйки към значението на УЧР в съвременния бизнес и общества. Сега се очаква HR да участва не само в конвенционалните операции на своите организации, но и в няколко други, като корпоративната социална отговорност (CSR) ще бъде неразделна част от тази процедура. РЕВ може да се разглежда като основен елемент на КСО с участието на служители, който да се оценява като от първостепенно значение за съвременните общества. През последните години няколко страни (включително Република Кипър - RoC) обърнаха изключително внимание на концепцията за мотивация на служителите, за да участват в РЕВ в HI. Кипърският орган за развитие на човешките ресурси (HRDA) осъзнава значението на такива действия на РЕВ в HI и в пълно сътрудничество със заместник-министерството на туризма разработи схеми, които се фокусират както върху малките, така и върху големите предприятия, за да информират служителите си за необходимостта от РЕВ дейности чрез конкретни действия, които ще бъдат от полза за тях самите, техните местни общества и индустрията като цяло.

Следователно всички горепосочени РЕВ са пряко свързани с:

- Способността на организациите да разширят дейността си и да се включат в редица неконвенционални дейности, които могат да окажат положително въздействие върху обществото като цяло и да създадат подобрен имидж на марката, което е от съществено значение за осигуряване на устойчиво развитие, особено предвид новите реалности на глобализираните пазари

- Да се гарантира, че служителите ще останат мотивирани чрез участие в действия, които ще доведат до по-широка социална полза. РЕВ са ясно свързани с теориите и практиките за мотивация и през последните години бяха разработени от няколко организации по целия свят, за да допринесат за опазването на околната среда и организационния растеж (Starbucks, 2020 г.)

- Да се осигурят по-високи нива на задържане на служителите, тъй като съвременните служители по света са много по-образовани и чувствителни по отношение на екологичните проблеми, свързани както с физическата, така и с вътрешната организационна среда. Този призив за подпомагане на служителите за активно участие в такива екстровеъртни действия
- За да разберат кои фактори влияят върху мотивацията на служителите и следователно какви действия на служителите трябва да бъдат проектирани като част от цялостната организация, трябва да се разработят стратегически действия за УЧР (SHRM). Това е от съществено значение, тъй като действията на РЕВ трябва да бъдат добре проектирани и изпълнени, за да доведат до възможно най-добри резултати
- Да мотивира служителите РЕВ в специфични индустрии като тази на туризма, тъй като служителите могат да прехвърлят своите натрупани знания от взаимодействието си с туристите в техните местни общества, както и в техните семейства. Това може да доведе до създаване на устойчива среда, особено в отдалечени/необлагодетелствани райони
- Сътрудничество с други организации извън тяхната страна с цел придобиване и споделяне на знания и опит в тяхната област на дейност. Като се има предвид ролята и проектите на ЕС, сътрудничеството между служителите на

НІ и бизнеса от различни страни може да се разглежда само като основна полза, която трябва да бъде развита

- Психологически изгражда безопасно работно място – РЕВ в НІ изисква служителите да бъдат в добра работна кондиция, за да се представят по най-добрия начин. Служителите също могат да помогнат на колегите си чрез създаването на екипен проект да станат активни и да ангажират другите в своите дейности. Изграждането на безопасно работно място ще доведе до психологически ползи, които трябва да бъдат прехвърлени към участниците в проектите, които те предприемат и да имат въздействие върху другите.

Развитието на РЕВ дейности в НІ може да доведе до конкретни ползи както за организацията, така и за туристите, а те могат да бъдат следните:

- Екипен дух между служителите на НІ и участниците, тъй като такива РЕВ дейности изискват ефективната ангажираност на всички хора. Това е от по-голямо значение, когато дейностите по РЕВ се провеждат между хора от различни култури, което изисква от служителите на НІ да бъдат внимателни в процеса на изграждане на екип
- Разбирането изисква ефективно изслушване; следователно за служителите на НІ е важно да се вслушват в мненията на другите, особено когато участват екипи от различни култури и произход. Служителите на НІ могат да допринесат за развитието на ефективни РЕВ дейности чрез своите умения за разбиране и слушане, които ще привлекат вниманието на участниците
- Включването на участниците и останалите членове на екипа е от съществено значение в РЕВ. Служителите на НІ не трябва да пренебрегват, че туристите, които търсят алтернативни форми на туризъм, искат да бъдат част не само от преживяването, но най-важното, те искат да бъдат част от проектирането на преживяването, тъй като те могат да имат различни възгледи, следователно, НІ служителите могат да стимулират това

▪ Разбиране на различните изисквания на гости, които имат различен опит, тъй като РЕВ изисква разбиране на уникалните нужди. Обучението на HI по такива въпроси на управлението може да им помогне да идентифицират разликите по отношение на:

- ✓ Възраст
- ✓ Етническа принадлежност
- ✓ Език
- ✓ Образование
- ✓ Доходи

Изследването на всички горепосочени елементи във връзка с РЕВ от името на служителите в НІ доведе до някои важни заключения, които трябва да бъдат взети под внимание, за да се осигури по-задълбочено разбиране за това как съвременните служители на НІ наистина могат да повлияят на защитата на околната среда. В резултат на това заключенията се отнасят до следното:

Замърсяването на околната среда е един от най-големите проблеми, пред които е изправено човечеството, като отрицателното му въздействие продължава да нараства. Разработени са няколко политики за справяне с проблема; това обаче остава на масата, което води до сериозни опасения относно качеството на живот на хората по света, призовавайки за прилагане на по-строги мерки в глобален мащаб

В резултат на горното заключение, туризмът се счита за една от основните индустрии, които допринасят за замърсяването на околната среда и следователно за влошаването на околната среда. Това не е ограничено в една географска област, това е по-скоро глобално явление, което изисква от световната туристическа индустрия да предприеме драстични мерки срещу него

Установяването на синергии в резултат на публично-частни партньорства (ПЧП) може да доведе до ефективни резултати по отношение на дейностите на РЕВ в НІ. Сътрудничеството между двата сектора може да се счита за основен инструмент и се очаква да предостави на служителите на НІ много повече стимули, за да станат неразделна част от дългосрочните дейности на РЕВ

Дейностите на РЕВ не се ограничават до ролята на служителите на НІ, това е по-скоро предмет от национално значение. Следователно всички действия на РЕВ трябва да бъдат проектирани и разработени от националните органи на страните. Това ще даде възможност подобни действия да имат по-високо ниво на доверие и това ще се отрази както на НІ, така и на туристите

Ролята на ЕС е от съществено значение за обучението на служителите на НІ относно РЕВ в по-широкия туристически сектор. Фактът, че страните от ЕС са изправени пред сходни

предизвикателства във връзка с влошаването на околната среда, изисква от ЕС като масивна организация да предостави правната рамка, която ще позволи на бизнеса и служителите да бъдат активно ангажирани в такива дейности на РЕВ

РЕВ е основно изискване за съвременните НІ организации, тъй като те играят голяма роля за опазването на околната среда. Като се има предвид, че влошаването на околната среда представлява основен глобален проблем с туризма, който е допринесъл за това, участието на НІ организации се счита за основно изискване, което трябва да бъде доразвито.

Служителите в НІ са основна част от РЕВ, тъй като техният натрупан опит и способността им да влияят на другите, особено на туристите, могат да се считат за ценен актив, който трябва да бъде използван. Това изисква холистичен подход, за да се гарантира, че служителите на НІ наистина ще имат активна роля в такива екстровементи дейности, които трябва да бъдат дългосрочни.

Служителите на НІ трябва да бъдат мотивирани, ако искат да бъдат неразделна част от такива мощни РЕВ дейности. Тези мотивации могат да бъдат както финансови, така и нефинансови, тъй като и двете са важни. Поради това е важно за НІ бизнеса да гарантира, че техните служители ще получат такава мотивация чрез специфични схеми.

Сътрудничеството между НІ бизнеса и служители от различни страни от ЕС може да се превърне в основен стимул за служителите, тъй като те ще могат да споделят своя натрупан опит и следователно да го пренесат в собствената си работна среда. Това може да се добави към общата стойност на услугите, предоставяни в дейностите на НІ и РЕВ.

Изграждането на безопасна среда е основно изискване към служителите в НІ да участват в дейностите на РЕВ. Безопасната работна среда повишава увереността на служителите и следователно това може да доведе до подобрени резултати от работата, като гостите са крайните получатели. Следователно бизнесът трябва да предложи тази среда чрез поредица от действия.

Образованието на туристите трябва да бъде в основата на всички действия на РЕВ, тъй като те могат да доведат до създаване на подобро разбиране и следователно до прехвърляне на това разбиране на други в техните страни. Фактът, че хората по света сега пътуват повече от всякога, може да се разглежда като уникална възможност от НІ да образова всички тези хора относно необходимостта от опазване на околната среда чрез участието им в дейности на РЕВ.

ИЗТОЧНИЦИ

- Arpo Agrotourism (2019). Agrotourism: Discover Real Cyprus <https://www.agrotourism.com.cy> (Ret: 23/04/2019)
- American College (2019). <http://www.ac.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Asia Pacific Economic Cooperation (2002). Public / Private Partnerships for Sustainable Tourism: Delivering a Sustainability Strategy for Tourism Destinations. <https://bit.ly/3fkRjBe>
- Barney, J. and Clark, D. (2007). Resource-based Theory. Creating and Sustaining Competitive Advantage. Oxford. Oxford University Press.
- Baum, T. (1994). The development and implementation of national tourism policies Tourism Management Volume 15, Issue 3, June 1994, Pages 185-192 [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90103-1](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90103-1) (Ret: 23/04/2019)
- C.D.A. College (2019). <http://www.cdacollege.com/> (Ret: 22/04/2019)
- Castellani, V. & Sala, S. (2010). Sustainable performance index

for tourism policy development
 Tourism Management 31 (2010) 871–880
 doi:10.1016/j.tourman.2009.10.001

- CBI (2020). The European market potential for nature and ecotourism. <https://bit.ly/3sJkEs7>
- City of Sheboygan (2022). Five Benefits of Recycling. <https://sheboygandpw.com/news-updates/five-benefits-of-recycling-2020-01-14>
- College of Tourism and Hotel Management (2019). <https://www.cothm.ac.cy/> (Ret: 22/04/2019)
- Cooper, C. and Shepherd, R. (1997). The Relationship Between Tourism Education and the Tourism Industry: Implications for Tourism Education. *Tourism Recreation Research* 22(1): 34–47.
- Cyprus Chamber of Commerce and Industry (CCCI) (2019). <http://www.ccci.org.cy/>
- Cyprus Institute of Management (2019). <https://cima.ac.cy/> (Ret: 22/04/2019)
- Cyprus Private Health Direct (2019). Welcome to Medical Treatment & Tourism in Cyprus! <https://www.medicaltourism-cyprus.com/> (Ret: 24/04/2018)
- Cyprus Statistical Service (2019). Arrivals in the Republic of Cyprus (2001 – 2018) http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_en/services_71main_en?OpenForm&sub=1&sel=1 (Ret: 22/04/2019)
- Cyprus Sustainable Tourism Initiative (CSTI) (2019). <http://csti-cyprus.org/> (Ret: 22/04/2019)

- de Sherpinin, A., Carr, D., Cassels, S., & Jiang, L. (2009). Population and Environment Annu Rev Environ Resour. 2007; 32: 345–373. doi: 10.1146/annurev.energy.32.041306.100243
- Deputy Ministry of Tourism (2022). Responsibilities <https://www.tourism.gov.cy>
- Duro, J.A. (2018). Seasonality of tourism: A new decomposition Tourism Economics Vol 24, Issue 5, <https://doi.org/10.1177/1354816618768319> (Ret: 24/04/2019)
- European Commission (2019). Best Environmental Management Practice in THE TOURISM SECTOR. <https://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/pdf/BEMP-6.2-FINAL.pdf>
- European Commission (2019). Environment: Natura 2000 http://ec.europa.eu/environment/index_en.htm (Ret: 23/04/2019)
- European University Cyprus (2019). <https://www.uclancyprus.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2016). Quality Management for Organisational Excellence (8th ed.) Pearson
- Gojkovic, M. (2017). The 64 Blue flag beaches in Cyprus. Cyprus Beat <https://www.cyprusbeat.com/64-blue-flag-beaches-cyprus/> (Ret: 24/04/2019)
- GOV.UK (2021). Small and Medium-sized Enterprises (SMEs): understanding and promoting pro-environmental behaviour change. <https://bit.ly/3zqUkH1>
- Graves, L. M., Sarkis, J. & Zhu, Q. (2013). How

transformational leadership and employee motivation combine to predict employee proenvironmental behaviors in China. *Journal of Environmental Psychology*, 35, 81-91.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.05.002>

- Gupta, D. (2022). What Is a Learning Organization? +Benefits, Core Principles. <https://bit.ly/3WmbKhy>
- Hall, C.M. (1999). Rethinking collaboration and partnership: a public policy perspective. *Journal of Sustainable Tourism Review*, 7(3-4): 274-289.
- Human Resource Development Authority (2019). <http://www.hrdauth.org.cy/> (Ret: 23/04/2019)
- Human Resource Development Authority (2022). Welcome! <https://www.anad.org.cy>
- IMF (2020). Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic. <https://bit.ly/3W6DYgu>
- Intercollege (2019). <https://www.intercollege.ac.cy> (22/04/2019)
- International Institute for Sustainable Development (2017). Sustainable Development <https://www.iisd.org/Topic/Sustainable-Development> (Ret: 22/04/2019)
- Investopedia (2022). What Is Organizational Behavior (OB)? <https://www.investopedia.com/terms/o/organizational-behavior.asp>
- KES College (2019). <https://www.kescollege.ac.cy> (22/04/2019)
- Law Insider (2022). Energy Saving Definition.

<https://www.lawinsider.com/dictionary/energy-saving>

- Loizou, A. (2017). CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF SUSTAINABLE TOURISM CONFERENCE ON SUSTAINABLE TOURISM - MALTA 8TH OF MAY 2017 http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/STC/2.%20Angelos%20Loizou%20presentation%20CTO_HL%20Conference_080517.pdf (Ret: 23/04/2019)
- McDonald, M. (2007). Marketing Plans, How to Prepare Them, How to Use Them Oxford UK: ELSEVIER
- Med Events (2019). Medical Conferences in Cyprus <https://www.emedevents.com/cyprus-medical-conferences> (Ret: 24/04/2019)
- MIEEK (2019) Upper Secondary Institutes of Professional Training <http://www.mieek.ac.cy/index.php/el/> (Ret: 22/04/2019)
- Ministry of Education and Culture (2019) <http://www.moec.gov.cy/mtee/> (Ret: 22/04/2019)
- Ministry of Energy, Commerce, and Industry (2019). <http://www.mcit.gov.cy/> (Ret: 23/04/2019)
- Ministry of Labour, Welfare, and Social Insurance (2019). <http://www.mlsi.gov.cy> (Ret: 23/04/2019)
- Moscardo, G. (2015). The Importance of Education for Sustainability in Tourism Education for Sustainability in Tourism: A Handbook of Processes, Resources, and Strategies (pp.1-21) DOI: 10.1007/978-3-662-47470-9_1
- Mouro, C. & Duarte, A.P. (2021) Organisational Climate and Pro-environmental Behaviours at Work: The Mediating Role of Personal Norms. Front. Psychol. 12:635739.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635739>

- National Geographic (2022). Conservation. <https://education.nationalgeographic.org/resource/conservation>
- Nurdaulet, S. (2022). What purpose do hierarchies serve in the hospitality industry? Hospitality Net. <https://www.hospitalitynet.org/explainer/4111970.html>
- Reis, L. (2022). 5 Main Organizational Behavior Challenges in the Tourism Industry. <https://bit.ly/3W2bPac>
- Robeco Sam (2018). Corporate Sustainability <https://www.sustainability-indices.com/sustainability-assessment/corporate-sustainability.html> (Ret: 22/04/2019)
- Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. Current Issues in Tourism, 4 (1), 3-41.
- Singh, T. V., & Singh, S. (Eds.). (1999). Tourism Development in Critical Environments. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Soteriou, E.C. & Roberts, C. (1998). The Strategic Planning Process in National Tourism Organizations Journal of Travel Research Vol 37, Issue 1, 1998 <https://doi.org/10.1177/004728759803700103> (Ret: 23/09/2019)
- Starbucks (2020). GLOBAL ENVIRONMENTAL & SOCIAL IMPACT REPORT. <https://stories.starbucks.com/uploads/2021/04/Starbucks-2020-Global-Environmental-and-Social-Impact-Report.pdf>
- Statista (2018). Global international tourism revenue from

2000 to 2017 (in billion U.S. dollars)
<https://www.statista.com/statistics/273123/total-international-tourism-receipts/> (Ret: 22/04/2019)

- Sustainable Tourism (2022). Top 12 Ways to Save Energy in your Tourism Business. <https://www.sustainabletourism2030.com/top-12-ways-to-save-energy-in-your-tourism-business/>
- Sustainable Travel International (2020). Tackle Waste & Pollution. <https://bit.ly/3sE2KHf>
- The Predictive Index (2021). People Management Report. <https://bit.ly/3t5LR8F>
- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20, No. 4, 445-461.
- Triarchi, E. & Karamanis, K. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background (2017). Business & Entrepreneurship Journal, vol. 6, no. 1, 2017, 39-59
- UCLAN Cyprus (2019). <https://www.uclancyprus.ac.cy>
- United Nations World Tourism Organisation (2020). Tourism and Covid-19 – Unprecedented Economic Impacts. <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
- University of Nicosia (2019). <https://www.unic.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)

Williams, G. (2016). Economic impacts from development of the Coastal Town in Queensland on tourism and regional economy. Resources 2016, 5, 48

Rivensco Consulting Ltd е иновативна компания, която цели да се утвърди като основна връзка между академичния и бизнес свят. Rivensco поддържа офиси във всички големи градове в Кипър и предоставя обучение в различни предметни области като бизнес, социални предприятия, информационни технологии и хотелиерство. С нашия опит в проекти на ЕС ние подкрепяме местния бизнес да участва в европейски и национални проекти за финансиране, включително местната търговска камара, местните колежи, университети, министерства, общини и други заинтересовани страни. Ефективността на нашите операции изисква сътрудничество с няколко малки предприятия и местни заинтересовани Страни, включително местни медии. Обръщаме специално внимание на централната роля на новите технологии и конкурентното предимство, което те предлагат. Нашите ежедневни операции с няколко предприятия правят нашата компания идеална за работа, тъй като е в привилегирована позиция да предоставя реален опит в различни области. Високоспециализираният професионален персонал включва психолози, учители/обучители и бизнес консултанти, които могат да осигурят обучение в различни области. През 2014 г. Rivensco обедини усилията си с конкретен център за професионално и технологично обучение, за да подобри капацитета си за обучение, да разшири своята мрежа и да предостави повече курсове. Rivensco Consulting предлага специализирани курсове за подготовка за интервю, изготвяне на CV, като обучава своите обучаеми с личностни тестове и различни национални тестове. Това позволи на Rivensco да се съсредоточи върху обучението на млади предприемачи.

Курсовете включват примери от реалния живот, които ангажират участниците активно и ги карат да мислят по критичен начин и по този начин да се научат да се приспособяват към специфичните обстоятелства в света на бизнеса. Те имат за цел да развият нестандартно мислене, като акцентират върху бизнес идеите, иновациите и креативността. Подчертаваме важността на личните

качества, като жажда за непрекъснато образование, личен стремеж и мотивация, силни цели и амбиция, ясна визия и винаги голяма доза страст във всичко, което правят. Rivensco Consulting представляваше програмата COSME на Еразъм за млади предприемачи в Кипър, предоставяйки информация и финансова подкрепа на нови предприемачи от Кипър, които пътуват до приемащи предприемачи в други страни, за да придобият управленски умения. Имаме богат опит в проекти за мобилност Еразъм КА1 в приемащи училища за обучение в Кипър и също така участваме в проекти за стратегическо партньорство КА 2 по предприемачество и модули за обучение. Бяхме домакини на обучители и инспектори от Румъния в курсове за обучение.

И накрая, ние предоставяме подкрепа в проекти на ЕС на местната търговска камара, общините и други местни заинтересовани страни. Rivensco Consulting се управлява от обучители и консултанти, които предоставят подкрепа за нуждите от обучение на професионалисти и търсещи работа от много широк спектър от области. Предлагаме подготвителни семинари за различни целеви групи за професионални интервюта, комуникационни и междуличностни умения. Имаме стабилно сътрудничество с местни заинтересовани страни, медии и дигитални компании. По този начин ние сме в привилегирована позиция да предлагаме стажове за стажанти и имаме богат опит в различни програми за мобилност. Освен това нашата компания управлява проекта COSME на Еразъм за млади предприемачи през 2015-17 г.; служейки като фокусна точка в Кипър. Чрез нашия експертен опит успяхме да имаме солидно сътрудничество с всички основни заинтересовани страни, като местната търговска камара, университети, местни и национални медии, общини, местни общности и други местни участници.

През последните години Rivensco Consulting взе активно участие в развитието на младите предприемачи като „Проект EIBI“, който се фокусира върху предоставянето на важна информация за младите предприемачи, както и за други лица, което им позволява да повишат

както своята пригодност за заетост, така и управленските си умения и способности.



9. Как да намалим хранителните отпадъци в системата на хотелиерството

**Nacionalna profesionalna gimnaziya
po veterinarna medicina
"Profesor Doktor Dimitar Dimov"**

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Хранителните отпадъци са огромен предмет на дискусии в организации, асоциации, новинарски и социални медийни канали през последните години. Като се има предвид, че около 40% от общо произведената храна в световен мащаб се губи или разхищава, има спешна нужда да се идентифицира и разбере какво, къде, защо и колко хранителни отпадъци се генерират. В този документ събрахме и анализирахме вторични данни от различни източници на литература и статии, както и описахме някои първични емпирични данни, събрани от опита ни от ресторанти.

Основната цел на тази статия е да съобщи полезни ръководства, идентифициращи различни предложения и практики за намаляване на нивата на хранителни отпадъци.

Увеличаването и подобряването на количественото определяне на нивата на хранителни отпадъци е международна цел, която има за цел да спести храна за консумация от човека, да спести пари и да намали въздействието върху околната среда от производството и консумацията на храни.

Разхищаването на около 2,5 милиарда тона храна за човешка консумация се счита за погрешно от морална и етична гледна точка, когато рекорден брой хора по света вървят към гладна смърт. Според последния анализ на Дейвид Бийзли, ръководител на Световната продоволствена програма на ООН, „рекордните 345 милиона гладуващи хора вървят към ръба на гладната смърт“. Храната се губи или прахосва на ниво търговия на дребно и потребител и по веригата на производство и доставка. Това не само губи огромни количества природни и създадени от човека ресурси, използвани в производството на тази храна, но също така представлява загубена възможност за продоволствена сигурност и икономика. В този документ фокусът е върху събирането на информация за хранителните отпадъци в сектора на хотелиерството (ресторанти, хотели и кетъринг) по целия свят и

начините как хотелите да се справят с този въпрос.

2. КАКВО Е ХРАНИТЕЛНИ ОТПАДЪЦИ?

Хранителните отпадъци са проблем, който се появява на глобално ниво и изисква общочовешка загриженост.

Какво всъщност представляват хранителните отпадъци?

Според Програмата на ООН за околната среда (UNEP), Организацията за прехрана и земеделие на Обединените нации (FAO) и Алианса за устойчиво хотелиерство - „Загубата и разхищаването на храна се отнасят до намаляването на масата (количеството) или хранителната стойност (качеството) на храната – частите годни за консумация – по цялата хранителна верига – във ферми, в производствени процеси, в процеси на готвене и от потребителите, които я оставят в чиниите си. Храната, която първоначално е била предназначена за консумация от човека, но по различни причини е премахната от веригата за доставки, се счита за загуба на храна или отпадъци. Производството на храна се нуждае от огромно количество ресурси (като земя, вода и торове) – и ако не се изяде, тогава всички тези ресурси се губят.

Хранителните отпадъци се отнасят до храни, които завършват веригата за доставка до краен продукт, с добро качество и годни за консумация, но не се консумират, защото се изхвърлят, независимо дали са оставени да се развалят или е изтекъл срокът им на годност. Обикновено отпадъчния хранителен продукт се изхвърля в етапите на търговия на дребно и потребление и във веригата за доставка на храни.

3. ИНФОРМАЦИОНЕН ЛИСТ ЗА ХРАНИТЕЛНИ ОТПАДЪЦИ

- Изчислено е, че 1/3 от цялата произведена храна се разхищава всяка година, което се равнява на 1,3 милиарда тона на стойност около 1 трилион долара.

- Според програмата на ООН за околната среда „почти 1/2 от всички плодове и зеленчуци, произведени в световен мащаб, се губят всяка година“
- Храна за 680 милиарда долара годишно се губи от развитите страни
- Изчислено е, че до 50% от храната се губи само на етапа на производство.
- Във Великобритания например 1 от 6 хранения се губи в хотелиерството и кетъринга
- Хранителният сектор разходва 30% от общото световно потребление на енергия и 22% от общите емисии на парникови газове причинени по време на производството и разграждането на храната
- Всички близо един милиард гладни хора в света биха могли да се нахранят с по-малко от една четвърт от храната, която се губи в САЩ, Великобритания и Европа.
- Площ, по-голяма от Китай, се използва за отглеждане на храна, която никога не се яде
- 25% от световните запаси от прясна вода се използват за отглеждане на храна, която никога не се яде

3.1. Вредното въздействие на хранителните отпадъци:

- 10% от емисиите на парниковите газове в богатите страни идват от отглеждане на храна, която никога не се яде.
- Водата за напояване, използвана в световен мащаб за отглеждане на храна, която се губи, би била достатъчна

за домашните нужди (при 200 литра на човек на ден) на 9 милиарда души - очакваният брой на планетата до 2050 г.

- Ако засадим дървета върху земя, която в момента се използва за отглеждане на ненужен излишък и изхабена храна, това би компенсирало теоретичен максимум от 100% от емисиите на парникови газове от изгарянето на изкопаемите горива.

4. ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ В ЕВРОПЕЙСКИТЕ ХОТЕЛИ

4.1. Европа

В Европа шокиращите 20% от произведената храна – около 173 кг на човек се губят. Индустрията на хотелиерството и хранителните услуги генерира около 12% от хранителните отпадъци в Европа.

Великобритания, Холандия, Франция, Италия са едни от страните с най-големи хранителни отпадъци.

Департаментът по селско стопанство и хранителни науки (DISTAL) на Университета в Болоня проведе ПРОЕКТ „НАМАЛЯВАНЕ“, според който от 534 g приготвена храна, 120 g се губят в заведенията за хранене – столове, ресторанти, закусвални и други.

Според Wrap (Програма за намаляване на отпадъците и рециклиране), два милиона тона отпадъци се генерират от индустрията на хотелиерството във Великобритания годишно.

Някои факти от хотелиерството във Великобритания:

- **Хотелите** — произвеждат 289 700 тона отпадъци всяка година, включително 79 000 тона хранителни отпадъци (9% от

общите хранителни отпадъци от сектора).

- **Кръчми** — произвеждат 873 800 тона отпадъци всяка година, включително 173 000 тона хранителни отпадъци (19% от общите хранителни отпадъци от сектора).

- **Ресторанти** — произвеждат 915 400 тона отпадъци всяка година, включително 199 100 тона хранителни отпадъци (22% от общите хранителни отпадъци от сектора).

- **Принос към хранителни отпадъци в други сектори:** ресторанти за бързо обслужване (8,3%), кетъринг на персонала (2%), свободно време (7%), услуги (3%), здравеопазване (13%) и образование (13%).

Хотелиерският бизнес е отговорен за генерирането на огромно количество хранителни отпадъци. Някои от причините включват разваляне на храна, менюта с изобилие от съставки като повечето от тези съставки използват огромни количества енергия и вода за производството си. Голяма е загубата на енергия, използвана при отглеждане, събиране, транспортиране, обработка, опаковане и разпространение на храна, която в крайна сметка се изхвърля на депото.

4.2. Ситуация с хранителните отпадъци в България

Според UNEP Food Waste Index Report през 2021 годишното количество хранителни отпадъци в българските домакинства е около 68 кг на човек. Това се равнява на приблизително 500 000 тона хранителни отпадъци, генерирани годишно само от българските домакинства. Това е почти двойно повече от съседна Гърция. Хранителните отпадъци вследствие на преработка от хранително-вкусовата промишленост, са дори по-високи.

Въпросът за разхищението на храна, обаче продължава да се промъква през правни пропуски, тъй като българското правителство в момента не се фокусира върху регулирането,

проследяването и измерването на хранителните отпадъци. Но това е глобален проблем. Една трета от храната по света се изхвърля. Това е повече от достатъчно, за да се изхранят всички под прага на бедността.

Устойчивостта навлиза в идеята за опазване на околната среда, което налага по-ефективното използване на ресурсите в туризма и хотелиерството. По този начин много компании насочват своите стратегии към по-екологично развитие, с повече загриженост за околната среда.

Според проучване в България има някои пропуски в проектологичното поведение в туристическата индустрия.

Чрез онлайн въпросник и интервюта, които бяха разпространени по електронната поща на всички туристически и хотелиерски компании, чиито имейли бяха открити в националните регистри на местата за настаняване, заведенията за хранене и напитки, туристическите агенции и музеите в България, мениджъри и служители бяха помолени да оценят нивото на проектологично поведение и умения.

Резултатите показват, че най-голямата разлика е в способността за управление на отпадъците, канализацията, рециклирането и компостирането.

Въпреки това мениджърите на магазините за храна и напитки съобщават за по-високо текущо ниво на тяхната способност да минимизират използването и да увеличат максимално ефективността на потреблението на енергия и вода. По същия начин мениджърите на храни и напитки съобщават за по-високо текущо ниво на умения за опазване на биоразнообразието, вероятно защото храните и напитките са пряко свързани с преработката на растителни и животински продукти.

Анализът показва, че българските туристи все още не класифицират проектологичното поведение като особено важно. Всички респонденти признават, че управлението и опазването на околната среда са важни и трябва да бъдат в центъра на бъдещото развитие на уменията, но засега те не са приоритет и следователно се предоставя само ограничено специализирано обучение.

Компаниите смятат, че уменията, свързани с рециклирането, намаляването на отпадъците и пестенето на вода, електричество и други ресурси, са най-важни, вероятно поради прякото финансово въздействие на тези спестявания върху крайната сметка на компаниите.

Въпросите, които бяха зададени на служителите засягат:

- Възможността за минимизиране на използването и увеличаване на ефективността на потребление на енергия и вода
- Способността за управление на отпадъци, канализация, рециклиране и компостиране
- Опазването на биоразнообразието
- Насърчаването на устойчиви форми на транспорт (напр. обществен транспорт)
- Насърчаването на природосъобразни дейности и продукти
- Познанията за изменение на климата

5. ОТКЪДЕ ИДВАТ ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ? ЗАЩО ХАБИМ ХРАНА?

Програмата на ООН за околната среда / United Nations Environment Programme/ публикува доклад с тревожен мащаб на глобалните хранителни отпадъци. Хранителни отпадъци има в различни етапи на хранителната верига, включително и в етапа на консумация.

На потребителско ниво отпадъците са съотнесими към домакинствата и в сектора на хотелиерството, където се превръщат в основен проблем.

Битовите отпадъци възлизат на 569 милиона тона. Отпадъците от дистрибуцията възникват от значителни количества храна, изхвърлена от супермаркети и други предприятия. Докладът на UNEP изчислява, че 244 милиона тона се губят от индустрията за хранителни услуги годишно, докато търговията на дребно изхвърля 118 милиона тона.

6. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО С ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ В ТУРИЗМА И ОБЩЕСТВЕННОТО ХРАНЕНЕ

Туризмът, като глобална индустрия за хранителни услуги, е замесен в консумацията на храна и генерирането на отпадъци. Хранителните услуги за потребителите включват ресторанти, вериги за бързо хранене, кафенета, кафетерии, столове и зали за хранене, както и кетъринг за събития. В този сектор работят повече хора от всеки друг бизнес за търговия на дребно, включително 14 милиона в САЩ и 8 милиона в Европа (Euromonitor International) и сервират милиарди ястия всяка година.

Хранителните отпадъци от хотелския и ресторантьорския сектор идват от различни източници. Тези продукти се превръщат в отпадъци поради развалена или с изтекъл срок на годност храна, обелки и гарнитури, негодни за консумация странични продукти (кости, утайка от кафе, листа от чай), кухненски грешки и отпадъци от чинии.

6.1. **Защо пилеем толкова храна в общественото хранене?**

За съжаление туристическата индустрия е отговорна за огромното количество изхабена храна. Някои причини за хранителните отпадъци в хотелиерството:

- **Лошо управление на хладилната камера**

Неправилното управление на хладилните камери и почистването на хладилните камери е основната причина за хранителните отпадъци в туристическия бизнес. Едно от най-важните изисквания за хладилно съхранение е правилното управление на температурата. Лошото управление на хладилните камери означава, че бактериите, мухълът и всякакви други нежелани вещества могат да виреят върху или близост до храната,

което провокира процеси на гниене.

- **Лошо управление на менюто**

Лошото планиране на менюто е ключов момент при разхищаването на храна. Например, ако ресторантът предлага много ястия на клиентите си, това води до излишен брой продукти, които трябва да бъдат запасени. Продукти от богатото меню не се използват често и следователно се губят.

- **Излишните хранителни запаси**

Тази причина е свързана с предишната. Ако ресторантите складираят ненужни количества храна само за да покрият базово всичките си нужди, тогава тази храна в крайна сметка се губи.

Размерът на порцията е друг въпрос, който трябва да се вземе предвид. Често се отнася до бюфетите/шведски маси/, предлагани на гостите, тъй като те обикновено са причина за много похабена храна.

[The National](#) съобщи за проблема с разхищаването на храна в Дубай, приемайки проблема от хотели и ресторанти, които прахосват съставки за прекомерни порции. Предложенията на шведска маса могат да се използват повторно и рециклират невзетата храна, но много клиенти „имат навика да трупат в чиниите си“, казва главният изпълнителен директор на Egyptian Food Bank Моез Ел Шохди. Всичко неизядено в чинията отива в кошчето.

При дебат в Дубай стана ясно, че хотелите и ресторантите са увеличили разхищението на храна, като показват пищни количества ястия за гостите, като трупат храна за бюфети и бърнчове и презапасяват за корпоративни събития. Причината е, че ако хотелите останат без храна, това ще се отрази зле на тях и обслужващият персонал е под натиск, за да осигури огромни количества храна.

7. ДЕЙСТВИЯ СРЕЩУ ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ

Производството, преработката и дистрибуцията на храни неизбежно са свързани с нашата околна среда – трансформацията на земята, биоразнообразието, потреблението на енергия и емисии на парниковите газове, водата и употребата на пестициди. Годната за консумация храна също се изхвърля на всеки етап от хранителната верига: във ферми и рибарски лодки, по време на преработка и разпространение, в магазини за търговия на дребно, в ресторанти и у дома. В края на веригата на хранителната стойност окончателното потребление представлява до 40% от общите загуби на храна. По този начин намаляването на хранителните отпадъци се превърна в многоизмерно предизвикателство, свързано с избягването, намаляването или рециклирането им.

Организацията по прехрана и земеделие на ООН организира Международен ден за осведоменост относно загубата и разхищаването на храна. Това е добра възможност да се подчертае значението при намаляването на хранителните отпадъци като ключово предизвикателство за устойчивост в туристическата индустрия и общественото хранене. Целта беше също така да се призове към действие както обществеността (национални или местни власти), така и частният сектор (бизнес и физически лица), за да се ангажират с действия и да продължат напред с иновациите за намаляване загубата на храна и отпадъците към възстановяване и изграждане на по-добри и устойчиви системи за готова храна.

„СТОП НА ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ“ “STOP FOOD WASTE” беше мотото, избрано за 9-ия Национален ден за предотвратяване на хранителните отпадъци, който се проведе на 05 февруари 2022 г.

Събитието беше създадено през 2014 г. от кампанията за

осведоменост Zero Waste на Last Minute Market в сътрудничество с Университета на Болоня – Катедра по агрохранителни науки и технологии и Министерството на околната среда.

Националният ден за предотвратяване на хранителните отпадъци е създаден с цел да се повиши осведомеността сред гражданите и бизнеса за значението на хранителните отпадъци чрез разпространение на нови данни от Международната обсерватория Waste Watcher, основана от Last Minute Market.

Европейската седмица за намаляване на отпадъците (EWWR) е най-голямата кампания за повишаване на осведомеността относно предотвратяването на отпадъците в Европа, която насърчава всички европейци да извършват действия за устойчиво управление на отпадъците в рамките на една седмица. Посланията от това събитие са:

- НАМАЛЯВАНЕ на потреблението – ако хората наистина имат нужда от всичко добро, те купуват;
- ПОВТОРНО ИЗПОЛЗВАНЕ на продукти и материали – хората могат да заменят предмети за еднократна употреба с такива за многократна употреба;
- РЕЦИКЛИРАНЕ на отпадъци – търсене на по-добро решение при изхвърлянето им на земята;
- ПОЧИСТВАНЕ – за да се избегне изхвърлянето на боклук, EWWR насърчава хората да предотвратят образуването на отпадъци чрез разчистване на зоните, където изхвърлянето на отпадъци пречи на доброто функциониране на естествените и човешките местообитания

7.1. Действия срещу хранителните отпадъци в България

Zero Waste Bulgaria е сдружение, което е създадено през 2018 г. Целта на тази организация е да осигури опазване на околната среда чрез разпространение на философията за живот без отпадъци. Zero Waste България се състои от доброволци, които са решени да запознаят хората с принципите на нулевия отпадък. Сдружението провежда различни събития и инициативи, като семинари, обучения във фирми, работни срещи в училища и университети.

Българският стартап **“foodObox”** е приложение с мисия да спасява ядливата храна от боклука и да я предлага на разумна цена. Тази услуга е достъпна в няколко големи града в България и приложението е адаптирано както за потребители на [Android](#), така и за [Apple](#). С FoodObox фирмите могат да продават излишната си храна и да избягват отпадъците, така че да не губят всички ресурси, които са инвестирани в производството и подготовката. А с FoodObox те получават по-екологичен имидж, без да се налагат допълнителни маркетингови разходи. В същото време се помага на крайния потребител да намали своите емисии на CO2 по устойчив начин. FoodObox е пазарна платформа за B2B и B2C, действаща като междинна връзка между ресторанти и клиенти. Допустимите бизнеси, които използват това приложение, са предимно ресторанти, сладкарници и пекарни. Всички ресторанти, използващи това приложение, са запознати със строгите указания относно това какво може и какво не може да се продава през платформата. Не се приемат артикули с изтекъл срок на годност, мухлясали или вредни за здравето. Повечето ресторанти знаят, че продажбата на храни с лошо качество или с изтекъл срок на годност може да има отрицателно въздействие върху обществения им имидж. Например миналата година Бош България, като партньор, дари около 100 кг храна на местна организация за хора с увреждания.

Доскоро беше парадоксално българските фирми да плащат 20% ДДС върху даренията на храни. През 2017 г. ДДС върху даренията на храни падна до нула, но за съжаление това важи само за 0,5%

от годишния оборот на компанията. Поредното правителство обяви, че ще се бори за повишаването на този праг, но безуспешно.

Друга скорошна промяна в България е наредба, издадена от Българската агенция по безопасност на храните през 2021 г./[ordinance issued by the Bulgarian Food Safety Agency in 2021/](#), според която могат да се даряват и храни с изтекъл срок на годност, но да са безопасни за консумация. Това е важна промяна за хората в нужда и чудесна възможност за много фирми.

7.2. Как хотелите се справят и стъпките им

към устойчивост? Как хотелският бизнес реагира на

глобалния проблем с хранителните отпадъци?

Според Кейтрин О'Брайън, старши мениджър за корпоративна устойчивост в Hilton, „Производството на храни е най-големият фактор, който допринася за глобалното обезлесяване, загубата на биологично разнообразие и разхищаването на вода, значително количество земя и други ресурси.“

Основаната през 2013 г., Winnow е компания на иноватори, които се стремят да се справят с хранителните отпадъци. Най-новата технология на компанията, Winnow Vision, използва камери и изкуствен интелект за оценка на изхвърлената храна, след което анализира данните и определя цена на храната, която е била пропиляна, в услуга на по-доброто планиране при закупуване на продукти от готвачите. Winnow се използва в около 1300 кухни по целия свят, включително някои от най-известните хотелски вериги - Accor, InterContinental Hotels Group и Hilton properties. За тези големи организации управлението на

хранителните отпадъци се превърна в цел.

Сред лидерите в индустрията, предприели подобна инициатива, е Marriott International, която си е поставила за цел да намали своите хранителни отпадъци с 50% до 2025 г. Компанията е започнала да прилага различни процедури за намаляване на хранителните отпадъци. The Ritz-Carlton, Pentagon City е част от глобалната марка Marriott, която проследява хранителните отпадъци с технологията Leanpath, която позволява да се видят отпадъците и да се разбере къде да се насочат усилията за намаляването им. Въз основа на данните на Leanpath, около 53% от отпадъците в типичната кухня в хотелите и ресторантите се генерират чрез свръхпроизводство на храна.

Друга програма, която използват, е за създаване на партньорства с организации, които са в състояние да дарят неконсумирана храна на нуждаещите се или да превърнат остатъците от продукти в храна за животни.

Вътрешната политика на Marriott International очертава подхода на компанията към управлението на хранителните отпадъци.

Денис Нагиб, вицепрезидент по устойчивостта и разнообразието на доставките в Marriott International, сподели, че никой наистина не иска да изхвърля идеално добра храна и че тази концепция представлява интерес и за корпоративни клиенти, които наистина биха помогнали на индустрията да придвижи напред тази тенденция.

Асгор е друга водеща марка за хотелиерството, която прави значителни стъпки към намаляване на храната. Според Амир Нахай, главен изпълнителен директор на Асгор за храна, напитки и начин на живот, компанията е успяла да намали хранителните отпадъци с 52% в 92 хотела през 2017 г. и с 31% в 282 хотела през 2018 г. Асгор също така въведе вътрешна инициатива Love Food Not Waste , като предлага в различните имоти на Асгор индивидуално съобразени препоръки за управление на хранителните отпадъци. Групата също така си партнира с Too Good to Go, приложение, предназначено да помогне на кухните да пестят храна, която иначе би била изхвърлена. Собствениците признават

ролята на хотелския бизнес в справянето с това предизвикателство и гостите също се включват в инициативи за намаляване на хранителните отпадъци - с положителни послания за размера на порциите или със стартирането на кампанията „Изчистете чинията си“ в Азия.

Допълнителна подкрепа за усилията на хотелиерите за намаляване на хранителните отпадъци е ANLA (Американската хотелска и квартирна асоциация), която през 2017 г. си сътрудничи със Световния фонд за дивата природа и Фондация Рокфелер, за да стартира програмата Hotel Kitchen, набор от инструменти, предлагащ на хотелите „пътна“ карта за намаляване на хранителните отпадъци. Един от най-големите проблеми, с които се занимава платформата Hotel Kitchen са хранителните отпадъци, генерирани от бюфетите. Hotel Kitchen препоръчва използването на по-малки съдове на бюфетната линия и допълване на храна само при необходимост. За традиционните заведения за хранене в инструментариумът се препоръчва предлагането на повече разнообразие в размера на порциите, като се предоставят на гостите опции за по-малка версия на предястие или селекция от споделени чинии.

Други възможности за намаляване на отпадъците включват забрана на безплатната кошница с хляб или таксуване на гостите с номинална такса за хляб.

Инструментариумът Hotel Kitchen е внедрен във всичките 250 от управляваните обекти на Hilton в Северна и Южна Америка като част от целта на компанията е да намали наполовина хранителните си отпадъци до 2030 г.

8. ПОЛЗИ ОТ НАМАЛЯВАНЕТО НА ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ

- **Социални придобивки:**

За съжаление, хранителните отпадъци са проблем във все повече и повече страни с ниски доходи, особено в агрокултурните общности по време на прибиране на реколтата. Хората там не могат да си позволят и да си набавят достатъчно питателна храна. Правенето на дарения на неизядена храна в райони, където има проблем с продоволствията, ще осигури задоволяване на хранителните нужди, което ще доведе до значително социално въздействие.

Социалните ползи могат да бъдат обобщени:

- о Подпомагане на гладните

- о По-малко изхабена храна

- о Гордостта на служителите в усилията за спасяване на храна, като например пренасочването на хранителни отпадъци за храна на животни е устойчив процес с много предимства...

● Ползи за околната среда:

Намаляването на въглеродния отпечатък започва веднага щом започнете да губите по-малко ресурси, особено храна.

- о По-малко храна, изпратена до депата за отпадъци

- о Намаляване на бракувани продукти при източника им.

- о Изграждане на здрави почви с компост

- о По-малко метан, генериран от храна в сметищата

- о Опазване на земята и водата

● Икономически ползи:

Предприемането на инициативи относно хранителните отпадъци всяка седмица може да ви спести пари в дългосрочен план. Купуването на по-малко хранителни стоки означава по-малко отпадъци, но също така помага да спестите много време.

- о Възможност за намалени разходи за изхвърляне
- о Намалено свръхзакупуване
- о Данъчно облекчение за дарение на храна
- о Положителен екологичен имидж и ангажираност

9. НАЧИНИ ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА ХРАНИТЕЛНИТЕ ОТПАДЪЦИ В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

Предотвратяването на хранителните отпадъци в туристическата индустрия изисква по-добро планиране и управление на хранителните нужди, за да се закупуват само необходими продукти.

Поради естеството на работата си хотелите и ресторантите неизбежно генерират големи количества хранителни отпадъци. Този въпрос със сигурност е от голямо значение за собствениците на фирми и правителствените органи отговорни за това. Предприетите мерки на ниво държава са контролиращи като гаранция, че хотелите и ресторантите могат да успеят да се справят с този проблем. Хранителните отпадъци могат да възникнат на различни етапи от дейността на хотелите и ресторантите. Дейностите, свързани с обработката и приготвянето на храна, могат да доведат до лошо качество на продукцията поради слабо търсене, презапасяване, неефективно производство, лоша комуникация, поведение на персонала, неопитно подрязване, прекомерен маркетинг, разваляне и други причини.

След като храната бъде готова за консумация, тя също може да бъде изхабена поради големи порции или поръчки, неефективни методи на обслужване и приемане на потребителски менюта. Видът на генерираните отпадъци в хотели и ресторанти зависи от използваните съставки. Примерите включват черупки от яйца, кори от картофи и плодове, кости, остатъци от храна и опаковъчни

материали.

9.1. Практики за управление на хотелските отпадъци.

Практиките за управление на хранителните отпадъци - [food waste management](#), в хотелите варират в различните държави и в различните организации. Обикновено приоритетният ред за реакция е от превенция, през повторна употреба, рециклиране и след това към депата. За други, ако превенцията е неефективна, те биха предпочели да я оптимизират. Това означава, че отпадъците, годни за употреба се пренасочват за хранене на хора и животни. В противен случай отпадъците могат да бъдат компостирани или използвани за производство на възобновяема енергия.

Като цяло практиките за управление на хотелските отпадъци включват предотвратяване и намаляване, рециклиране, даряване, компостиране, проследяване, подобряване на закупуването и съхранението на съставките, интелигентно мърчандайзиране на храни, дизайн на менюта, обучение на служители, ангажиране на клиенти, контрол на порциите и промени в модела на обслужване.

9.2. Начини за намаляване на хранителните отпадъци

в хотели и ресторанти.

Приоритет за управлението на хотели и ресторанти е намаляването на хранителните отпадъци чрез използване на такива методи като:

- Организацията Sustainable Hospitality Alliance представя някои съвети за намаляване на хранителните отпадъци

о Образовайте и обучете вашите екипи – Важно е служителите да получат подходящо обучение и образование с най-добри практики за управление на хранителните отпадъци и да бъдат включени активно в процеса. Това би им позволило да имат по-добра представа за проблема с хранителните отпадъци в хотелите и ресторантите. Екипът може да избере лидер, който ще отговаря за координирането на програмата за управление на хранителните отпадъци.

о Планирайте политика и анализирайте операциите – Разработете политика за управление на хранителните отпадъци с ясни цели, процедури и задачи (което включва закупуване на точното количество храна за употреба, проверка на храната при доставка и изготвяне на меню с правилните порции). Хранителните отпадъци могат да се създават на всеки етап от операциите, така че е необходимо да се прегледат процесите на доставка и съхранение, как се приготвя и сервира храната. Най-важното нещо е да решите какво да правите с всички остатъци, за да сте сигурни, че ще се възползвате максимално от храната, която сте купили. Например IHG Hotels & Resorts в Австралия си партнира с местна неправителствена организация, за да отклони храната от депата, като дарява 7260 ястия на уязвими хора през 2020 г.

о Измервайте и наблюдавайте въздействието: Създаването на екип за вътрешен одит и системата за одит на хранителните отпадъци е начин да наблюдавате откъде идват повечето хранителни отпадъци – проследяването и измерването на количеството отпадъци, генерирани ежедневно, бързо ще повлияе на мерките за намаляване им. Провеждането на одити на хранителните отпадъци включва анализиране и проследяване им от точката на техния източник до точката на изхвърлянето им. Има два важни фактора, които трябва да имате предвид при провеждане на проследяването - количеството изхабена храна и броят на хората, които посещават ресторанта. Тези данни помагат на мениджърите да разберат основните източници на хранителни

отпадъци.

Те могат да бъдат проследени по два метода. Първо, могат да се прилагат системи за регистриране на храни, които следят какъв тип храна се губи, защо този конкретен вид храна се губи и колко се губи.

Втората е система за регистриране на трафика, която може да се използва за планиране на бъдещи посетители и поръчки на храна, като се вземе предвид трафикът, получен от ресторанта, промените във времето и друга информация. Хранителните отпадъци в ресторантите се разделят на две категории – такива, които възникват преди клиентът да бъде обслужен, и тези, които възникват, след като клиентът приключи с храненето. Видовете отпадъци, които ресторантите генерират по време на приготвяне на храна, включват картофени кори, листни зелени корени, кости, неправилно приготвена храна и разливи на храна. Смята се, че 4-10% от суровата храна в ресторантите попада в тази категория. Неизядената храна от гостите води до отпадъци заедно с опаковъчните материали.

о „Вземете и други по време на пътуването“ – може да се повиши осведомеността сред гостите или фирмите. Например Park Hyatt Zurich повишава осведомеността за готвенето с всички части на животното, като приготвя ястия, използвайки обикновено по-малко желани продукти и ги представя в своя ресторант. Главният готвач също говори на конференцията, за да ангажира повече готвачи с тази тема.

Според Бюрото по трудова статистика средното американско домакинство харчи повече от 3000 долара годишно за хранене отвън. Това не само изисква удивително количество пластмасови опаковки и прибори, но също така произвежда много изхабена храна. Ресторантската индустрия харчи около 162 милиарда долара всяка година за разходи, свързани с изхабена храна.

Проблемът, посочен тук, е размерите на порциите. Необходимо е да възпитаваме хората да поръчват само това, което ще ядат. Често се случва да се окажете с остатъчна храна, особено с днешните огромни порции храна, които клиентите могат да вземат вкъщи за друго хранене.

Предизвикателството да се справим с отпадъците не е да произвеждаме по-малко храна, а да губим по-малко в процеса.

Някои други съвети включват:

- **Етикетите за изтичане срока на годност върху храни, които са напълно добри за консумация.**

Асоциацията на производителите на хранителни стоки, Институтът за маркетинг на храните и Харвардският университет обединиха усилия за актуализиране на етикетите за изтичане на срока на годност относно качеството и безопасността на храните. Предлагат се две фрази, за да се опрости и да можете да разберете какво все още е добро за консумация:

НАЙ-ДОБРЕ АКО:

- **ИЗПОЛЗВАНО ОТ** описва качеството, „при което продуктът може да няма вкус или да не работи според очакванията, но е безопасен за консумация“;

- **USE BY** се прилага за „малкото продукти, които са силно нетрайни и/или имат опасения за безопасността на храните с течение на времето“.

- **Сортиране и претегляне на хранителни отпадъци**

Хранителните отпадъци могат лесно да се сортират с различни кошчета за специфични видове хранителни отпадъци. Рециклируеми предмети като хранителни опаковки, стъкло, хартия и пластмасови бутилки могат да се събират отделно от

органични отпадъци като остатъци от храна и компостируеми хранителни съставки. Тези основни категории могат да бъдат разделени на месо, пресни плодове, зеленчуци, пластмаси, стъкло и т.н. Определянето на количествата за всяка категория или подкатегория също може да помогне при планирането на изхвърлянето.

- **Компостиране** – Компостирането на хранителни остатъци, за да не попадат на сметищата, води до намаляване на количеството парникови газове. Хотелите и ресторантите могат да планират да компостират всякакви компостируеми хранителни отпадъци, които се срещат в техните помещения. Компостирането може да се извършва самостоятелно или с подходящ партньор. Разлагането на органични хранителни отпадъци може да се случи от микроорганизми. Компостът се произвежда, като хранителните отпадъци се оставят да се натрупат в яма за определен период от време или чрез използване на машина за компостиране и след това се използва като тор за растенията.

- **Рециклиране на хранителни отпадъци от ресторанти** - Разработване на система, която ще гарантира, че всички рециклируеми видове хранителни отпадъци винаги ще се рециклират. Органичните хранителни отпадъци могат да бъдат компостирани, за да се получи питателна тор за културите и могат също така да служат като подобрител на почвата. Неорганичните отпадъци като пластмаси и стъкло могат да бъдат използвани повторно или рециклирани.

- **Изгаряне** – Това включва изгаряне на хранителните отпадъци. Този метод се използва главно за обезвреждане на опасни и токсични хранителни отпадъци. Пепелта, която излиза като страничен продукт, може да достави ценни хранителни вещества на културите.

- **Съхранявайте храната правилно** - Уверете се, че храната се управлява и съхранява правилно. Замразяването на храна, която

не може да се изяде веднага, е начин за запазване на храна, която може да се консумира по-късно. Съхраняването на съставките изисква някои действия като: проверка на доставките, комуникация с доставчици, добро използване на инвентарния лист, съхранение на правилното място, условия на съхранение, комуникация с кухненския персонал, редовен мониторинг на състоянието на храната.

● **Дарете храна на складове за храна или доставете остатъците на хора**, които може да се нуждаят от нея. Няколко страни по света са регламентирали пътя, когато става въпрос за справяне с хранителните отпадъци. Например във Франция е задължително да се дарява храна, която е вероятно да бъде изхвърлена, но е безопасна за консумация. Шведските градове използват хранителни отпадъци, за да произвеждат гориво за обществения автобусен транспорт. В Дания можете да използвате приложение, за да намерите ресторанти и пекарни, които са на път да затворят, и да закупите останалата им храна на малка част от цената.

9.3. Повторно използване

Повторната употреба на храна става популярна сред бизнеса в сектора на хотелиерството. Остатъците могат да бъдат събрани за преразпределение. Проектът Real Junk Food е базирано в Обединеното кралство глобално движение с цел „спиране“ на излишната храна. Това се постига чрез прихващане на хранителни отпадъци от различни места, като хотели и ресторанти, и използването им като съставка за приготвяне и сервиране в многобройните кафенета и изскачащи сергии в цялата страна. Проектът Real Junk Food също така управлява схема „Плащайте според чувствата“ – по принцип плащате каквото искате. Можете да отделите парите си или времето си, като помогнете като доброволец, ако желаете. Целта е да се гарантира, че всеки има

достъп до храна, което всеки би могъл, ако тази използвана храна не отиде на депото.

Освен това, тя става все по-популярна схема в целия свят; като страни като Нова Зеландия и Австралия приемат инициативата. Nic Loosely, отвори Everybody Eats и гостите могат да се насладят на тристепенно хранене с храна, която би отишла само на сметището. В противен случай храната само би се изхвърлила и е по-добре да се използва за изхранване на онези, които иначе не биха могли да се насладят на храната.

9.4. Производство със затворен цикъл

Хотелът може да отглежда собствени продукти за кухнята. Градината може да се наторява с остатъци от храна и да се напоява с рециклирана вода. Всеки хотел или ресторант с капацитет за това трябва да помисли за засаждане на градина за кухненска употреба, дори ако това е просто малка билкова градина – всяка малка промяна може да намали необходимостта от потенциално свръхзакупуване от доставчик.

9.5. Планирайте храненето и правете списъци за пазаруване

Изготвянето на менюто е решаваща стъпка в политиката за намаляване на отпадъците. Менюто определя ястията, които ще бъдат представени на клиентите. Така че менюто може значително да повлияе на количеството генерирани хранителни отпадъци. Следователно менюто трябва да е насочено към минимизиране на хранителните отпадъци както в кухнята, така и след сервиране. Въпросите, които трябва да се вземат предвид при планирането на

менюто, за да се намалят хранителните отпадъци, са: точно прогнозиране, максимален добив от съставките, оптимален размер на порциите, включване на сезонни съставки, свиване на избора на ястия в менюто. Безспорно съставянето на такова меню изисква корекции в зависимост от промените в предпочитанията на клиентите и сезонността.

9.6. Отпадъци: листа и върхове

Включването на меню с рецепти за хранителни отпадъци – кори, листа и върхове, стъбла – е чудесно решение за борба с хранителните отпадъци.

Опитът в Италия ни показва как един ресторант може да създаде нещо красиво от съставки, които често се изхвърлят.

Визията в много ресторанти е да се използва всяка една част от продукта.

Следните идеи описват как отпадъчните части от даден продукт могат да бъдат сготвени и по този начин изядени:

- Домашно приготвеният зеленчуков чипс е чудесен за хрупкави и лесно пържени картофи. Те са много по-добри от предварително опакованите от магазина видове, които често съдържат добавки. Те могат да бъдат приготвени от нарязани остатъци от кореноплодни зеленчуци, както и от външни листа на брюкселско зеле, краища на сладки картофи, пулп от цвекло, обелки от моркови или картофи.

- „Оризът“ от карфиол е чудесна гарнитура за тези, които искат да ограничат приема на въглехидрати. Това е перфектна алтернатива, която създава вкусна гарнитура без въглехидрати. Суровите стъбла на карфиол, които често се изхвърлят, са чудесни

за печене с мексикански боб, заедно с цветчетата.

Презрелите банани, които почерняват, могат да се използват за приготвянето на вкусни веган бананови мъфини.

- Сладките и прекрасни захаросани портокалови и лимонови корички са изненадващо лесни за приготвяне и идеални за празнични подаръци. Цитрусовите кори също съдържат повече витамин С от самите плодове, което ги прави изключително полезни. Потопете ги в черен шоколад за елегантно лакомство или ги нарежете за бисквитки, сладкиши, мъфини и бързи лакомства. Можете също така да го добавите към хляб и други печива.

- Всички знаят колко здравословен е бульонът от кости. Съберете телешки кости от печени ребра, пържоли с кости и къси ребра и ги съхранявайте във фризера, за да направите питателен костен бульон. Става отлична основа за супи.

- Децата много често режат корите на сандвичите си. Вместо да ги изхвърляте, съхранявайте тези кори във фризера и ги използвайте като съставка на десерт. Кремообразен пудинг с яйчен бял шоколад и декадентска заливка от бял шоколадов сос, това е чудесен начин да създадете десерт с подръчни съставки.

- Галетата е чудесна съставка в кухнята и чудесен начин за консумация на сух хляб. Само за 20 минути, плюс малко зехтин, сол, кухненски робот и фурна, можете да пригответе филийки хляб. Може да се превърне в многофункционален хляб.

Друга идея е да пригответе вкусно ябълково желе, като използвате семената и кората на ябълките. Само с четири съставки и няколко буркана можете да направите това вкусно ябълково желе с аромат на котлона.

Да обобщим! За да се справим с предизвикателството при управление на хранителните отпадъци, е добре първо да

предприемем някои действия за идентифициране на количеството на различни видове хранителни отпадъци в хотели и ресторанти:

- Ангажиране на персонала в разговори
- Обособяване на специални контейнери за изхвърляне на различни видове хранителни отпадъци
- Поддържане на отчет за различните видове и количества хранителни отпадъци
- Преглед на фактури и други съответни документи

И накрая - идеите за намаляване на хранителните отпадъци, приложими в хотели и ресторанти:

- о Смяна на менюто
- о Промяна на стратегията за закупуване на хранителни продукти
- о Обучение на персонала относно оперативните политики и процедури
- о Инвестиране във висококачествено кухненско оборудване
- о Смяна на количеството храна в чиниите по такъв начин, че да се оптимизират сервираните порции
- о Правилно съхранение на плодовете и зеленчуците, така че да се намалят загубите при нетрайност.
- о Използване на стратегията „първи влязъл, първи излязъл“ за издаване на суровини
- о Провеждане на редовна инвентаризация на хранителните продукти, за да се избегне презапасяването.

10. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изхвърлянето на хранителни отпадъци остава сложен проблем, тъй като са включени множество фактори. Наличните факти за хранителните отпадъци в ресторантите показват, че те имат много сериозни въздействия върху околната среда, продажбите и качеството на живот в обществото. Ясно е, че проблемът с изхвърлянето на отпадъци в хотелите и ресторантите все още не е адресиран пряко към хората и няма още оптимално решение. Въпреки това се вижда, че се полагат значителни усилия от заинтересованите страни за ефективно справяне с проблема за хранителните отпадъци в хотелите и ресторантите.

Ключова констатация на академичните изследвания е важноста на развитието на партньорства между туристическия и други бизнеси, нестопански организации и институционално ангажирани страни. По-тясното сътрудничество подчертава значението на обединяването на различни (а понякога и конкуриращи се) заинтересовани страни, комбинирането на типове иновации и генериране на иновации и по-ефективното им прилагане. Това изисква повече изследвания, инструменти и концепции за проектиране на иновативни практики, които ще подкрепят системата за управление на хранителните отпадъци, която трябва да подобри условията за ползването на продуктите. Като трудоемка дейност, която често е бавна за иновации, хотелиерския бизнес и общественото хранене може да помогне на други компании и институции да споделят своите знания, прозрения и опит, за да подкрепят туристическата индустрия и всички, които обработват и предлагат храна да постигнат целта си за намаляване наполовина на хранителните отпадъци до 2030 г.

ИЗТОЧНИЦИ

- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, <https://www.openaccessgovernment.org/hospitality->

industry-waste/51174/

- Sustainable Hospitality Alliance, Top tips for hotels on reducing food waste, <https://sustainablehospitalityalliance.org/top-tips-for-hotels-on-reducing-food-waste/>
- Brittany Truong, Mar 15, 2019, Food Waste: The Hospitality Industry's Role, <https://www.greenhospitality.io/post/food-waste-the-hospitality-industry-s-role>
- Food waste Factsheet, file:///C:/Users/user/Downloads/Food-waste-factsheet.pdf
- Food waste in hospitality and food services, 10 October 2020, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620329061#bib30>
- Definition of food loss and waste, <https://www.unep.org/thinkeatsave/about/definitionfood-loss-and-waste>
- 10 FOOD WASTE FACTS, <https://olioex.com/food-waste/food-waste-facts/>
- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in the foodservice industry, <https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations>
- By Christina Jelski, Nov 03, 2019, Hotels tackling food waste as step toward sustainability, <https://www.travelweekly.com/Travel-News/Hotel-News/Hotels-tackling-food-waste-as-step-toward-sustainability>
- <https://www.greenhospitality.io/fbplaybook?pgid=l0gtpah9->

c8f73901-5d21-42a3-a3bf-ab169b88c8a0

- NMRA, Food Waste Management in Your Restaurant, <https://www.nmrestaurants.org/food-waste-management-restaurant/>
- The Benefits of Reducing Food Waste, October 14, 2021, <https://pela.earth/blogs/news/the-benefits-of-reducing-food-waste>
- <https://www.leanpath.com/>
- Global Issues: Food Security, <https://www.peacecorps.gov/educators/resources/global-issues-food-security/>
- Adam Handling, 5 May 2020, Eggs, milk, bananas, bread: four recipes to combat food waste, <https://www.greatbritishchefs.com/features/food-waste-recipes-adam-handling>
- Loth Shefalee, 26 Jun 2019, Three food waste facts everyone needs to know, <https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-a1HRD3H1gpEv>
- Food waste in hospitality: why it matters and how to avoid it, 22 Nov 2021, <https://verive.eu/en/articles/food-waste-in-the-hospitality-industry-en>
- Marta Machado, 25 February 2021, Food Waste prevention in the hospitality sector – food for thought, https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-03/fw_eu-platform_20210225_sub-ai_pres-08.pdf
- Food Waste Management In Hotels & Restaurants, June 16, 2022, <https://www.ecepl.com/food-waste-management/>

- Cathy Jacobs, 04/21/21, 30 Recipes to Use Up Food Scraps "Waste not want not" never tasted so good!, <https://www.thespruceeats.com/recipes-to-use-up-food-scraps-5179510>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- UN Environment Programme, <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed/worldwide-food-waste>
- Zuckerman, A., 2020, 48 FOOD WASTE STATISTICS 2020/2021: CAUSES, IMPACT & Solutions, <https://comparecamp.com/food-waste-statistics/>
- Three food waste facts everyone needs to know, 26 Jun 2019, <https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-a1HRD3H1gpEv>
- UNITED NATIONS: Sustainable Development Goals, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- Uncovering the Global Food Scandal (Penguin, 2009) <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed>
- Food Waste in America in 2022: Statistics + Facts, <https://www.rts.com/resources/guides/food-waste-america/>
- REDUCE PROJECT, Ministry of the Environment, Land and Sea of Italy, https://www.sprecozero.it/wp-content/uploads/2019/07/REDUCE-FINAL_SDG-12.3-ITALY_FOOD-WASTE-1.pdf
- LOVE FOOD HATE WASTE,

<https://www.lovefoodhatewaste.nsw.gov.au/>

- Managing Food Waste In The Hospitality Industry, Oct. 30, 2018, <https://ineedachef.com.au/managing-food-waste-hospitality-industry/>
- South Africa wastes 10-million tonnes of food every year, <https://www.averda.com/rsa/news/south-africa-wastes-10-million-tonnes-of-food-every-year>
- International Day of Awareness of Food Loss and Waste, https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste/international-day-awareness-food-loss-and-waste_en
- Trinity Bond, Apr. 4, 2018, Reasons Behind Food Waste in the Hospitality Industry, <https://www.linkedin.com/pulse/reasons-behind-food-waste-hospitality-industry-room-hygiene-expert>
- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, <https://www.openaccessgovernment.org/hospitality-industry-waste/51174/>
- Patrick Ryan, Jun 27, 2018, Dubai's lavish hotel and restaurant displays a major source of food waste, campaigners say, <https://www.thenationalnews.com/uae/dubai-s-lavish-hotel-and-restaurant-displays-a-major-source-of-food-waste-campaigners-say-1.744839>
- <https://www.mori2a.com/en/dont-stop/news/prodotti/stop-food-waste/>
- European Week for Waste Reduction, <https://ewwr.eu/>
- HOW HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY REUSE AND RECOVER FOOD WASTES, June 19, 2020, <https://reurasia.com/how-hotel-and-restaurant-industry->

reuse-and-recover-food-wastes/

- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in the foodservice industry, <https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations>
- Food and the Environment, <https://foodprint.org/the-total-footprint-of-our-food-system/issues/food-and-the-environment/>
- The Food and Agriculture Organization of the United Nations, International Day of Awareness of Food Loss and Waste, <https://www.fao.org/international-day-awareness-food-loss-waste/en/>
- <https://www.statista.com/chart/24349/estimated-annual-global-food-waste-by-sector/>
- https://zerowastebulgaria.org/en/about_us-3/
- Roberta Kostadinova22. February 2022, FoodObox: Bulgarian startup saves meals and battles food waste, <https://www.trendingtopics.eu/foodobox-bulgarian-startup-saves-meals-and-battles-food-waste/>
- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova. <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016>
- THE ASSOCIATED PRESS, July 7, 2022, Record number of people worldwide are moving toward starvation, U.N. warns, <https://www.npr.org/2022/07/07/1110219180/record-number-of-people-worldwide-are-moving-toward-starvation-u-n-warns?t=1658997002055>

ОТНОСНО

Националната професионална гимназия по ветеринарна медицина „Проф. д-р Димитър Димов“ е най-старото ветеринарномедицинско училище в България. Ловешкото ветеринарномедицинско училище е основано през 1946 г. В него се обучават ученици от 13 области – от река Тимок до Черно море, предимно от Северна България. В училището има общо 13 паралелки, разпределени съответно - 7 - ветеринарна медицина и 6 - хранителни технологии. Първият ни проект като иновативно училище бе „Въвеждане на съвременни педагогически технологии в обучението по паразитология и животновъдство“. Сега реализираме втория си иновативен проект „Техници под контрол – симбиоза между две професии“

Гимназията по селско стопанство привлича ученици от цяла Северна България. Високото качество на професионалното обучение и силната социална политика на училището са основните характеристики, които правят училището предпочитано място за обучение по ветеринарна медицина и хранителни технологии.

Училището си сътрудничи с университети и участва в младежки научни конференции. Учениците получават качествено обучение за развитие на животновъдството и хранително-вкусовата промишленост. Основните приоритети в образователната политика на нашето училище са резултат от осъзнаването на образователните нагласи, от промяна към по-високо качество на обучението, към модернизиране на професионалното образование, по-стриктно разбиране на правата на децата и образованието в духа на национални и етнически ценности.



10. Практически упражнения за учители, приложими в класната стая

**Mamak District Directorate of National
Education**

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Под различни заглавия като предприемачество, управление на малък бизнес, предприемачески растеж, създаване на нови предприятия, управление на нови предприятия или развитие на предприятия, много бакалавърски и следдипломни програми по управление на хотелиерството и туризма предлагат обучение по предприемачество като задължителен или избираем предмет (Ahmad, 2015 г.). Предлагането на предмети, свързани с обучение по предприемачество, се счита за много важно, тъй като целта е да се предоставят на студентите основни знания за стартиране на бизнеса и да се снабдят обучаемите с необходимите умения и компетенции, за да станат ефективни мениджъри в туристическата индустрия. Студентите също така получават възможност за по-добро разбиране на концепцията за предприемачеството и научават как да бъдат иновативни и успешни собственици на бизнес. С други думи, основната обосновка за предлагането на този предмет е да се улесни преминаването на завършилите към самостоятелна заетост, както и да се подобри тяхната пригодност за работа в сектора хотелиерство и туризъм, характеризиращи се с нестабилна, сложна и несигурна бизнес среда. Един от основните въпроси в предприемачеството е как трябва да се преподава предметът (Pittaway & Core, 2006). Педагозите все още се борят да намерят подходящите образователни цели и малко се знае за ефективните техники за преподаване на обучението по предприемачество (Brockhaus, Hills, Klandt, & Welsch, 2001). Въпреки факта, че съществуват проучвания в тази област, повечето от тези проучвания са предприети в рамките на перспективите на бизнес училищата (Kuratko, 2005; Solomon, 2007). Проучвания за обучение по предприемачество, направени извън бизнес училищата, включват спортен мениджмънт (Ratten, 2011), инженерство и наука (Handscombe, Rodriguez-Falcon, & Patterson, 2008), ветеринарна медицина (Henry & Treanor, 2010), изкуство (Gose, 1997) , география, земя, наука за околната среда (Maguire &

Guyer, 2004), медицински сестри (Dickerson & Nash, 1999), медицинска степен (Padilla, White, Bovee, & McQueen, 2011) и история и музика (Mangan, 2004).

Предвид недостига на проучвания, проведени извън бизнес училището, редица учени призовават за нов подход към обучението по предприемачество (Gibb, 2005; Kirby, 2004; Volkmann et al., 2009), докато други са по-консервативни, като твърдят, че настоящата педагогика в обучението по предприемачество трябва да бъде преразгледана главно, за да се осигури ефективна и ефикасна стратегия за преподаване и учене (Mwasalwiba, 2010). Развиването на „предприемачески начин на мислене“ в средата на класната стая е предизвикателство за всеки преподавател, да не говорим за създаването на ново начинание (Gibb & Price, 2014). Това изисква формулирането на интегрирана стратегия за учене и преподаване, която съгласува очакваните учебни резултати с ефективния избор на педагогика. Педагогиката или методът на преподаване е от първостепенно значение в учебния процес, включващ ефективен метод, компетентен инструктор и достатъчно учебни съоръжения. Като се има предвид, че по някакъв начин има консенсус сред учените за обучението по предприемачество, че предприемачеството може да се преподава (Ismail, 2010), акцентът сега е изместен върху това какво трябва да се преподава и как трябва да се преподава („Chief Scientist“, 2015; Fayolle, 2007; Lourenco & Jones, 2006). Rideout и Gray (2013) твърдят, че въпреки че има известен напредък в обучение по предприемачество, областта все още е на много ранен етап на развитие.

Увеличаването на растежа на хотелиерството и туристическата индустрия през последните години създава голяма възможност за предприемачите, особено за младите предприемачи на възраст между 20 и 35 години (Hospitalitynet, 2016). Като се има предвид този факт, за преподавателите е особено важно да гарантират, че това поколение студенти завършват с комбинация от умения, които ще ги подготвят за тази професия, със способността да бъдат

гъвкави, адаптивни и проактивни. Терминът предприемачество винаги се върти и варира в различните индустрии и области, което затруднява хората да го дефинират. Например Jones and English (2004) определят предприемачеството като „процес на предоставяне на индивидите на способността да разпознават търговските възможности и прозрението, самочувствието, знанията и уменията да действат спрямо тях“. Sewell и Poll (2010) от друга страна определят предприемачеството като „желанието, мотивацията и уменията, необходими за стартиране и управление на успешен бизнес“. Според Olsen и Mykletun (2012) няма безспорна оперативна дефиниция на предприемачеството, като дефинираната по-горе; следователно те предложиха използването на основополагащата цел като основа за рамкиране на предприемачеството.

Една от най-често използваните основополагащи цели на обучението по предприемачество е да насърчи обучаемите да създават собствен бизнес (Harkema & Schout, 2008). Създаването на собствен бизнес обаче не е основният фокус на образованието по хотелиерство и туризъм; следователно това определение не е съвсем приложимо за НТР¹ (Olsen & Mykletun, 2012). Така те предложиха нов термин, който нарекоха „предприемчивост“, комбинация от думите „предприемачество“ и „гостоприемство“. Предприемчивостта се фокусира върху процеса на използване на наличните ресурси за създаване на стойност за клиента, докато предприемачеството се фокусира върху стартирането на ново начинание (Olsen & Mykletun, 2012). С други думи, като се има предвид естеството на хотелиерството и туристическата индустрия, обучението по предприемачество в НТР трябва да се съсредоточи върху създаването на предложение за стойност на услугата, вместо да се фокусира само върху създаването на нови предприятия. Учените отбелязват също, че повечето завършили хотелиерство и

¹ НТР (High Tinking Processes) високи мисловни процеси е решението за по-големи предизвикателства в настоящето и за подготовка на способни учащи се за технологично динамичното бъдеще.

туризъм ще останат на работа в организации и никога няма да станат независими предприемачи (напр. Ahmad, 2015 г.). Уменията, които са придобили в обучението по предприемачество обаче, ще им помогнат да действат предприемачески в рамките на компанията.

Значението на това как трябва да се преподава предприемачеството или подходящият метод на преподаване в НТР все още е основен въпрос в обучението по предприемачество, който е част от продължаващ научен дебат в литературата за хотелиерството и туризма (Deale, 2016). Съдържанието и методите на преподаване биха били решаващите фактори за успех на преподаването на предприемачество в НТР през двадесет и първи век („Chief Scientist“, 2015). За съжаление, много малко се знае за ефективните техники на преподаване за обучение по предприемачество (Deale, 2016; Olsen & Mykletun, 2012) и изследванията и знанията за това как да се преподава предприемачество в НТР остават относително недостатъчно развити въпреки нарастващото търсене на висшисти, ориентирани към предприемачеството („Главен научен сътрудник“, 2015 г.). След като призна тази празнина, този документ има за цел да направи критичен преглед и оценка на основните методи на преподаване на предприемачеството и да обсъди ефективността на конкретния метод на преподаване във връзка с обучението по предприемачество на университетско ниво.

2. ФОКУС И ОБХВАТ

Този документ се надява да определи „източника“ на ефективност в метода на преподаване, в рамките на НТР конкретно. Въпреки това, тази статия няма за цел да бъде компендиум, който предоставя всички възможни техники за това как да се преподава предприемачество, а по-скоро анализ на широко използваната педагогика на преподаване, прилагана в

обучението. Първата стъпка беше да се извърши анализ или оценка на минали и настоящи методи на преподаване на предприемачество по отношение на техните силни страни и ограничения. Въпреки че съществуват много различни дефиниции на методи или практики на преподаване (напр. Sanders & McCutcheon, 1986), ние определяме метода на преподаване като общи принципи, педагогика и стратегии, използвани в обучението. Едно от най-големите предизвикателства за преподавателите е определянето на ефективността на методите на преподаване на учаемите. Според Read и Kleiner (1996), за да измерим ефективността на даден метод на преподаване, трябва да разберем как хората учат. Хората учат, когато участват активно в учебния процес и когато ученето е последвано от положителна подкрепа, като похвали (Read & Kleiner, 1996). Важно е да се отбележи, че в този документ ние се фокусираме само върху ефективността на метода на обучение, а не върху ефективността на учителя. Ефективността на преподаването обаче може да се разбере, като се погледне какво правят ефективните учители. Ефективните учители имат високи очаквания за ученето на студентите, предоставят ясни инструкции, наблюдават напредъка в този процес, използват стимули и награди за насърчаване на ученето, високо ефективни в рутината на класната стая и поддържат отлични лично взаимодействия със своите обучаеми (Hunt, 2009). По-конкретно, когато разглеждаме ефективността на метода на преподаване, ние се фокусираме върху учебните цели, въвеждането на нови знания, практиката за задълбочаване на разбирането им от студентите, ангажираността и участието на обучаемите, управлението на класната стая, взаимоотношенията на учениците с учителите и измерванията на постиженията (Marzano, 2007). Концепцията ще бъде разработена допълнително в следващите раздели.

3. ЕФЕКТИВНОСТ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ПРОГРАМАТА ЗА ХОТЕЛИЕРСТВО И ТУРИЗЪМ

Предизвикателствата, преди които е изправено обучението по предприемачество в миналото, се заместват от проблеми с легитимността към проблеми с качеството (Bécharde & Grégoire, 2007). Дебатът вече не е дали предприемачеството може или трябва да бъде преподавано, а по-скоро е като невъзможността да се подготвят съдържание и методи при преподаване, съотнесими към нуждите на днешните обучаеми и индустрии (Fayolle, 2007; Gendron, 2004; Lourenco & Джоунс, 2006). Има отдавнашно недоволство и критики сред обучителите по предприемачество (напр. Ronstadt, 1987), че предоставянето на обучението е твърде сухо и теоретично, че не успява да постигне целите си. Ahmad (2015) твърди, че фокусът и процесът на обучението по предприемачество са твърде механични и не подчертават или включват предприемаческо поведение и няма значима статистически връзка между образованието и предприемаческите резултати на студентите по туризъм (Gurel, Altinay, & Daniele, 2010).

По отношение на НТР, той все още се счита за много професионален и ориентиран към действие и поставя под въпрос степента, в която се подготвят обучаемите да мислят критично и да работят извън съществуващите практики. Твърди се, че описаният метод на преподаване се занимава главно със създаването на човешки ресурси, които да работят за другите, а не за себе си, което изисква нов подход в обучението по предприемачество (Ahmad, 2015; Deale, 2016; Echtner, 1995). Интегрирането на модула по предприемачество в учебната програма на НТР ще предостави на студентите основни знания и умения, за да произведе ефективни мениджъри с подчинени умения и способности в

индустрията на хотелиерството и туризма (Ahmad, 2015). НТР се различава от тази в други бизнес дисциплини поради силното ориентиране към услугите, практическото естество на работата в хотелиерския бизнес и честото взаимодействие между студенти и професионалисти в индустрията (Deale, O'Halloran, Jacques & Garger, 2010). Несъответствието между уменията, придобити в университета, и тези, необходими на студентите, се отразят и на предприемаческите умения, тъй като те са били слабо развити в рамките на тяхното университетско обучение и показват неблагоприятни ефекти сред обучаемите (Rengiah, 2013). Olsen и Mykletun (2012) твърдят, че повечето университети не са успели да разберат многостранния характер на образованието по хотелиерство и туризъм. и се фокусират главно върху другите методи на преподаване като лекции, уроци и изпити. Традиционните методи бяха критикувани заради акцента си върху теорията и концептуалното мислене и създаването на стилове на учението, ориентирани към учителя (Deale, 2016) и твърде много фокусирани върху функционалните знания (Olsen & Mykletun, 2012). Mwasalwiba (2010) също така приписва съществуващия недостатък на преподаваната педагогика на маркетинговите методи, които са с по-малък ефект в акцентирането върху предприемаческите качества и карат обучаемите да се превърнат в пасивни потребители. По отношение на аргументите и неблагоприятните коментари на висшите учебни заведения (ВУЗ), преподаващи неефективно, е време висшите учебни заведения, предлагащи обучението по предприемачество, да преразгледат своята педагогическа философия и да я коригират, за да поддържат по-прагматични подходи. Според McKeown, Cindy, Srikanth, Kelly и Lynn (2006), р. 86 процента от програмите за висше образование в Обединеното кралство все още използват други методи за преподаване и учене. Това са абсолютно същите методи, използвани и в други курсове, свързани с бизнеса, които според Бенет (2006) са пасивни и с по-малък ефект при изграждане на предприемаческите качества.

Въпреки това недостатъците на другите методи на преподаване и резултатите от проучванията, които предполагат, че предприемачеството трябва да се преподава с помощта на „иновативни“ методи (Arasti, Falavarjani, & Imanipour, 2012; Deale, 2016; Musa, 2009), методи на преподаване като лекции, казуси и групови дискусии продължават да бъдат най-често използваните педагогикки в много университети по света (McKeachie, 2002). Проучването на Соломон, Дъфи и Тарабиши (2002) подчертава, че най-популярните методи за преподаване в предприемачеството са лекции, казуси и създаване на бизнес планове. US News and World Report (2004) установява, че 78 от 100-те най-добри университета в Съединените щати са включили бизнес план в своя учебен формат за преподаване. Някои университети по света изпращат състезателни екипи да участват в състезанията по бизнес планове, провеждани в чужбина (Honig, 2004). В резултат на това много университети са включили бизнес план като част от НТР, но само няколко са използвали в обучението на студентите, стартиране на ново изследване на начинания и иновации в рамките на съществуващо предприятие (Olsen & Mykletun, 2012). Въпреки това, че има значителна промяна в структурата на учебната програма по НТР при предлагането на курсове, свързани с обучението по предприемачество, степента, до която новата учебна програма е ефективно включена както в оперативните, така и в управленските области на хотелиерството и туристическата индустрия и необходимостта да бъде допълнително проучена. Това е особено важно в НТР, тъй като като индустрията често се основава на предоставянето на опит от другите.

4. ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ОСНОВНИТЕ ФАКТОРИ НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА ПРЕПОДАВАНЕТО НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

Методите за преподаване на предприемачеството варират значително (Porter, 1994). Тези разлики се дължат на предположенията за това какво „е“ обучение по

предприемачество (Olsen & Mykletun, 2012). Ето защо, преди да се проведе каквото и да е дискусията относно ефективността или годността на определен метод на преподаване, има нужда да се разреши концептуалното объркване на всички определения относно предприемачеството. Това объркване не само оказва неблагоприятно въздействие върху усилията за развитие на обучението по предприемачество като академична област, но и върху съзнанието на участниците. Припокриването и разграничаването на значението може да предизвика объркване, ако не е ясно дефинирано, тъй като предприемачеството и други негови елементи (напр. иновации) са тясно свързани с политиката на правителствената и бизнес стратегия в много страни (Olsen & Mykletun, 2012). Проблемът с тази дефиниция на обучението по предприемачество е, че тя поставя предприемача тясно в икономически и бизнес контекст (Cheng, Chan, & Mahmood, 2009). Основният фокус върху предприемачеството в бизнес училищата например все още е върху управлението на новите предприятия, малкия бизнес и процеса на бизнес планиране, който уж върви с него.

Това е създадено и в НТР, където Brizek and Khan (2008) твърдят в академичните среди на туризма, че „предприемачеството се разглежда най-вече от гледна точка на лицето, започнало с нови начинания“. По този начин Bosma и Levie (2010) предлагат, че „вътрешното предприемачество“, което се отнася до създаването или иновации в една организация, е ключов фактор за усъвършенстване на компаниите, особено тези в индустрията на хотелиерството и туризма (Morrison, Carlsen, & Weber, 2010). Следователно, въз основа на различията в дефиницията на това какво е предприемачеството, би било погрешно да се твърди, че определен метод на обучение е ефективен или неефективен в сравнение с други методи, когато всички програми не споделят сходна дефиниция или цел. Pardo (2013) повтори същия аргумент, че преди да се направи каквото и да е оценка за ефективността на обучението по предприемачество, трябва да се разберат целите на

обучението по предприемачество и защо те преследват тези цели. Освен това би било погрешно да се приеме, че всички цели за ефективност са разработени на основата на откриване на нови предприятия. Всички преподаватели все още се противопоставят на идеята студентите да бъдат въведени в бизнеса, докато продължават обучението си (Fayolle & Gailly, 2008). Все още малко се знае за очакваните резултати и намерения на инструкторите по предприемачество (Pardo, 2013).

Въпреки това, че предишната работа в обучението по предприемачество посочва наличието на няколко възможни учебни заведения в курсовете на обучение (напр. Bechard & Toulouse, 1998), по-голямата част от статиите в рамките на темата просто описват какво са направили, без допълнителни коментари върху целите зад преподавателските дейности (напр. Rae, 2003; Rae & Craswell, 2000; Shepherd, 2004). Hytti и O'Gorman (2004) обосновават аргумента, като заяват, че в зависимост от целите има много начини да се предложи обучение по предприемачество. Ако целта на обучението е да се повиши разбирането за това какво представлява предприемачеството, най-ефективният начин за постигане на целта е да се предостави информация чрез обществени канали като медии, семинари или лекции. Тези методи са ефективни по отношение на изпращането на отчетена информация до по-широко измерване за относително кратък период от време, ако се използват по подходящ начин, който включва и участие в публикацията (Read & Kleiner, 1996). Ако целта е да се дадат на хората предприемачески умения, които са приложими директно в работата, най-добрият начин е да се осигури образование и обучение, които позволяват на хората да се включат директно в предприемаческия процес, като например промишлено обучение. Важно е да се отбележи, че лекторите или обучителите играят ключова роля при определяне на ефективността на презентацията или обучението (Read & Kleiner, 1996). И накрая, ако целта на обучението е да подготви хората да действат като предприемачи, най-ефективната техника е да се

улеснят експериментите чрез изпробване на предприемачеството в контролирана среда, например чрез бизнес симулация или ролеви игри, където обучаемите ще използват своята креативност (Deale, 2016) и ще изживеят елементите на реална ситуация (Read & Kleiner, 1996).

Разглеждайки този въпрос по холистичен начин, проблемът се крие в определянето на целите, които са подходящи за конкретен етап на обучението по предприемачество. Подкреждането на последователността на тази прогресия в обучението по предприемачество би осигурило яснота при определяне на целта за всеки етап на педагогиката на преподаване. Ефективността на дадения метод на преподаване или най-добрият подход ще се различава в зависимост от етапа на програмата по предприемачество, който очертава определението и целите на обучението. С цялата последователност в достъпа до ефективността на съответния метод на обучение, целта на обучението по предприемачество може да се категоризира, както следва. Имаме най-общо казано три основни цели: обучение – „относно“, „в“ и „за“ предприемачество (Hytti & O'Gorman, 2004; Kirby, 2004). Обучението по предприемачество има за цел да предостави на обучаемите обща перспектива и разбиране на предприемачеството като феномен (Hytti & O'Gorman, 2004). Целта е да се приобщят различни заинтересовани страни, включително правителството, политиките, финансистите и широката общественост относно ролята на предприемачите в общността. Обучението на хората по предприемачество има за цел да ги направи по-предприемчиви в своята работа, както и да повишат своята иновативност, умения и креативност. И накрая, обучението за предприемачество се отнася до създаването на предприемач, който може да реши да започне собствени бизнес начинания (Jamieson, 1984; Olsen & Mykletun, 2012). Въз основа на тези цели обучението по предприемачество може да бъде класифицирано и правилно проектирано в зависимост от напредъка или етапа на ормиране на предприемачески нагласи.

5. ПРЕГЛЕД НА НАСТОЯЩАТА ПЕДАГОГИКА В ПРЕПОДАВАНЕТО НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Изглежда, че повечето автори категоризират методите на преподаване в две групи, „традиционни методи“, които се състоят от нормални лекции, семинари, четене, бизнес план, работа по проекти и „иновативни методи“, които са по-скоро основана на действие педагогика. Първият е известен също като „пасивни методи“ или обучение, ориентирано към учителя, а вторият също се нарича „активни методи“ или насочено към ученика (Hytti и O’ Gormon, 2004; Mwasalwiba, 2010; Tasnim, 2012). В този документ ние предложихме допълнителна категория, наречена метод на преживяване, която лесно може да бъде включена в учебната програма по хотелиерство и туризъм, като например курсове по хотелски дизайн или управление на атракции.

Традиционният подход към преподаването и ученето включва насочен поток от информация от инструктора като знаещ към обучаемия като получател. Обикновено се основава на предварително комплектовани учебни материали, фиксирани срокове, задачи за оценка и критерии, определени от преподавателите. От друга страна, иновативните методи на обучение се стремят да подобрят креативността и аналитичното мислене на студентите. Активните методи очакват от преподавателя да улеснява ученето, а не да контролира и да прилага способности, които дават възможност на обучаемите да открият себе си. Иновативните техники на преподаване включват бизнес симулации, които могат да осигурят на студентите преживявания - симулирано вземане на решения за ново начинание и да развият уменията им за решаване на казуси. Други методи включват посещения и връзки с компании за придобиване на практически опит (Balan, 2014; Solomon, 2007). Следващите

параграфи разработват общите методи на преподаване, прилагани в обучението по предприемачество.

Тези методи на преподаване и учене са прегледани накратко, както следва:

5.1. Пасивни методи

5.1.1. Лекции и изпити

Този метод е може би най-широко използваният и най-старият метод за преподаване на предприемачество (McKeachie, 2002). Обучението се извършва чрез лекции, полагане на изпити и писане на есета. Следвайки учебник, преподавателите въвеждат различни концепции и инструменти на предприемачеството и обясняват как те могат да бъдат използвани в компаниите за хотелиерство и туризъм. Въпреки че този метод е ефективен при предоставянето на информация, той има редица ограничения. Степента, до която обучаемите могат да участват в обучението, е минимална, методът е неефективен за развиване на индивидуални умения и за някои студенти е трудно да се включат в активно учене по време на лекционната сесия (Deale, 2016; Read & Kleiner, 1996). Ефективността на този подход зависи от опита, способностите и знанията на преподавателя. Както е посочено от Hindle (2007), този подход може да не е подходящ за обучаеми, които желаят да разберат процеса на обучението по предприемачество чрез активно експериментиране. За да се преодолеят ограниченията на лекциите, други методи на преподаване могат да бъдат интегрирани с него, като ролеви игри, семинари, серия от семинари и дискусии по мини казуси (Read & Kleiner, 1996). С интегрирания метод студентите могат да бъдат активни участници по време на урока и да отговарят на конкретни въпроси по време на или преди лекцията.

5.1.2. Казуси

Казусът обикновено е „описание на действителна ситуация, обикновено включваща решение, предизвикателство, възможност, проблем или проблеми, пред който е изправен човек или хора в организация“ (Leenders, Mauffette-Leenders, & Erskine, 2001 г.). Може да включва сценарии на сложна ситуация, както и вярвания, нагласи и предразсъдъци на участващите лица и техните действия. Случаите не дават прости или ясни отговори; по-скоро случаите провокират критичното мислене на студентите, илюстрират как да мислят професионално и насърчават обучаемите да използват теоретични концепции, за да подчертаят практически проблем. Този метод е важен, когато преподавателят се стреми да развие уменията на по-високо ниво, необходими за критично мислене и вземане на решения. Казусите позволяват на студентите да „преживеят“ реални клиентски ситуации, до които може да нямат достъп в средата на хотелиерството и туризма. Те насърчават развитието на умения за критично мислене, като предлагат възможност за директен анализ на данни, който включва разглеждане на резултатите. Например, като излага обучаемите по хотелиерство и туризъм на практически сценарий в класната стая, това дава на обучаемите „практическо“ изживяване. Те могат да четат и изследват данни от реалния живот и да се опитват да разрешат ситуация или поне да намерят потенциални решения, без да е необходимо да бъдат в ситуацията. Ефективността на казуса зависи от активното участие на студентите и учителя, приемливото решение и причините за предприетите действия (Read & Kleiner, 1996). Въпреки предимствата си, този метод също е критикуван (Biagio & Mark, 2014). Критиките включват: неточността или погрешното представяне на казуса, дисбалансираното участие на студентите по време на дискусиите по казуса и остарелите материали по казуса.

5.1.3. Бизнес план

Бизнес планът може да се дефинира като писмен документ, който описва текущото състояние и предполагаемото бъдеще на една организация (Honig, 2004; White, Hertz, & D'Souza, 2010). Изготвянето на бизнес план създава аура на формалност и убеждение, което често се изисква, преди създаването на ново начинание от дадено лице да бъде взето на сериозно. Бизнес планът е предназначен да бъде първата стъпка към специфичен процес, широко известен като предприемачество, но за разлика от дейността на предприемачеството, той се фокусира предимно върху идеи, а не върху действия (Honig, 2004). Добре изработеният бизнес план е един от най-важните инструменти за комуникация за предприемача, който осигурява усещане за легитимност на фирмата и основателите. Добре написаният план е кратък, но всеобхватен и изисква безброй решения относно всички аспекти на създаването на ново начинание, от използването на възможността до набирането на ресурси до изграждането на топ мениджърския екип. Написването на убедителен бизнес план изисква задълбочено разбиране на продукта, конкурентната среда, бизнес модела и бъдещия финансов модел. Тъй като основната цел на бизнес плана е да научи студентите да започнат ново начинание, той не добавя голяма стойност към обучението им по хотелиерство и туризъм, тъй като индустрията се основава главно на предоставяне на опит на други в рамките на същото начинание, а не на започване на ново начинание (Olsen & Mykletun, 2012).

5.2. Активни методи

5.2.1. Бизнес симулационни игри

Една бизнес симулационната игра може да се дефинира като динамичен модел на реалния предприемачески процес, в който балансиран брой променливи за вземане на решения изискват

стратегическа интеграция (Keys & Wolfe, 1990). Симулационната игра предоставя опит от първа ръка за взаимозависимостите на управлението и конкуренцията на един общ пазар. Симулационните игри могат да помогнат за развиване на критични способности и практикуване на важно предприемаческо поведение чрез пре моделиране на определени аспекти на реалността в сигурна и безрискова среда (Carrier, 2007; Shepherd, 2004; Smith, Kickul, & Coley, 2010). Обучаемите получават възможност да обмислят собствените си действия и произтичащите от тях резултати, като същевременно им се дава шанс да реагират на резултата, като предприемат коригиращи действия. Тъй като всички решения се вземат в реално време, това създава реалистична, силно контекстуализирана учебна среда.

Carrier (2007) и Shepherd (2004) допълнително подчертават ползите от това студентите да изпитват провал и негативни емоции, което ще им помогне да се научат да се справят с провала. Всеки кръг от симулацията трябва да бъде последван от елемент на разбор, който насърчава участниците да споделят своя опит с другите. Това изисква експериментална учебна среда, която се характеризира с доверие, откритост и взаимно уважение (Smith et al., 2010). За допълнително подобряване на обучението чрез симулационни игри, Smith et al. (2010) сравняват различни периоди от време между симулация и дебрифинг. Те откриха, че отражението е по-ефективно в рамките на 48 часа след симулацията в сравнение с една седмица по-късно. Въпреки предимствата си, този метод има редица ограничения (Read & Kleiner, 1996). Например, симулациите не са базирани на реални компании; следователно те може да не отразяват реалния и реалистичен бизнес опит. В допълнение, някои обучаеми може да я възприемат като забавна игра и да не я приемат на сериозно. Цената на симулационните игри и времето, необходимо за изпълнението им, са другите ограничения.

5.2.2. Гост лектори

Програмата за лектори по предприемачество привлича известни и успешни предприемачи в индустриите на хотелиерството и туризма в образователната институция, за да обсъдят идеи, възможности и управление на бизнеса. Тази програма излага студентите на уникален опит, уроци, които са придобили, и проблеми и предизвикателства, изпитани от предприемачите в ситуации от реалния живот. Студентите в групите могат да взаимодействат директно с предприемачите, за да споделят опит и интереси (Norasmah, Othman, & et al, 2008). Моделите за подражание като цяло са признати като важен източник на „заместно обучение“ (Bandura, 1986). Въз основа на интервютата и фокус груп, лекторите признаха, че този подход е един от най-ефективните начини за предоставяне на предприемачески знания.

Друга практика е да накарате обучаемите да намерят свой „собствен“ предприемачески модел за подражание, като интервюират предприемачи с неговия или нейния опит и след това докладват на класа. Идеята зад последното е, че обучаемите ще бъдат по-склонни да избират ролеви модели, с които могат да се свържат и следователно да бъдат по-реалистични за тях. Така или иначе, студентите имат шанса да се свържат с представител на индустрията и да получат бъдещи възможности за работа (Volkman et al., 2009). Тъй като този метод може да предостави информация от първа ръка, той може да привлече вниманието на студентите. Въпреки това разходите за покана на гост-лектор и тяхната наличност да дойдат в институциите, за да изнесат семинар, могат да бъдат проблем.

5.2.3. Бизнес посещения и екскурзии

Посещенията на място често се състоят от хотели, ресторанти, туристически агенции и други туристически предприятия, които

обикновено се организират от преподавателите или администрацията на образователната институция. Тази практика предоставя на студентите и преподавателите актуална информация за най-новите тенденции в туристическата и хотелиерската индустрия. НТР винаги се основава на предоставяне на опит на други, следователно посещенията на място ще позволят на студентите да получат ценна информация от първа ръка относно конкретни бизнеси, която могат да използват, докато изготвят своите бизнес планове (Sandage, Cook, Hill, Strawn, & Reimer, 2008) . В същото време посещенията на място биха могли да осигурят обратна връзка от заинтересованите страни от бизнеса за това как учебната програма трябва да бъде коригирана, за да отговаря на нуждите на индустрията. Въпреки предимствата му, има някои предизвикателства при използването на метода. Намирането на участващи компании от индустрията и получаването на пълно сътрудничество може да бъде трудно. Освен това еднократно пътуване няма да послужи за целта. За да се разбере напълно опитът, той изисква градивни елементи от знания, които се научават за определен период от време (Sandage et al., 2008).

5.3. Експериментални методи

5.3.1. Консултански проект

При този метод партньорските компании от индустрията на туризма и хотелиерството позволяват на група студенти от институции да действат като консултант, за да се справят с конкретен бизнес и управленски въпроси. Студентите извършват изследвания и разработки както вътре, така и извън участващата компания и се учат, като се справят с тези проблеми по професионален начин. Редица резултати могат да бъдат постигнати с помощта на този метод. Те включват по-добро разбиране на контекста на реалния бизнес живот, научават се как да прилагат теоретични концепции в действие и подобрени

умения за решаване на проблеми, комуникации и междуличностни отношения (Ardley & Taylor, 2010). Въпреки предимствата, този метод може да има някои трудности. Развитието на контакти и взаимоотношения с туристически и хотелиерски компании може да бъде пречка и да отнеме много време. Компаниите може да не желаят да сътрудничат поради поверителността на информацията. В допълнение, мениджърите може да са заети да подхождат и да не съдействат при предоставянето на важна информация.

5.3.2. Проектно – базирано обучение

Според Henry, Hill и Leitch (2003) и Johannisson, Halvarsson и Löfstål (2001), подходът на обучение, базиран на проекти, е по-ефективен при преподаване на предприемачество, отколкото казусите. Твърди се, че фокусът върху собствените проекти на обучаемите повишава мотивацията им (Kailer, 2010; Welter & Heinemann, 2007), поради емоционалното и интелектуално участие и личната му значимост (Robinson & Malach, 2007). Robinson and Malach (2007) и Deale (2016) посочват, че студентите също трябва да се научат да се справят с несигурни, сложни и стресови ситуации. Напускането на зоната на комфорт и работата под напрежение е важен опит при учене за бъдещите предприемачи (Robinson & Malach, 2007). Експерименталните и базирани на действие учебни дейности, последвани от размисъл, могат да помогнат на обучаемите да изградят увереност в своите индивидуални и екипни умения (Deale, 2016; Jones, 2010), тъй като те работят в реални бизнес условия.

5.3.3. Консултиране/наставничество

Zachary (2000) описва наставника като „водач от страни“, а не като „мъдрец на сцената“. Менторът обаче може да се определи като доверен съветник, учител, довереник, защитник и приятел, който може да бъде официално назначен за работа или учебни цели. Всеки от тези наставници носи различен опит и роли, затова

е важно човек да разбере и установи тази уникална менторска връзка от самото начало. Наставничеството е предназначено да улесни както личното, така и професионалното израстване на наставявания, с желанието му да споделя прозрения и знания. Това понятие за партньорство, за учене или парадигма, насочена към ученето, дава възможност фокусът да бъде върху наставявания, а не върху преподаването на специфични умения или процедури. Изборът да работите с квалифициран треньор или ментор може да помогне на хората да постигнат целите си и да повишат ефективността си в конкретната работа или задача, с която са ангажирани (Deale, 2016). Ползите от наставника включват възможности да бъдете стимулирани с предизвикателства от връзката, развиване на умения, знания и нагласи, необходими за успешното прилагане на процедурата за качество, включително прегледи на предмети и упражнения за сравнителен анализ. Освен това наставникът може също така да подобри организационните умения и репутацията си и да се учи от наставявания и да анализира собствената си теоретична база чрез изследване на въпроси, свързани с преподаването, ученето, преценката и оценката.

5.3.4. **Практическо обучение и работа с предприемачи**

Основната цел на практическото обучение е да позволи на студентите да работят за определен период от време в истинска компания за хотелиерство и туризъм, за да придобият реален професионален опит. Чрез стажантските програми обучаемите се запознават със света на бизнеса и научават основните умения за стартиране или управление на бизнес (Cheung, 2008). Chen and Shen (2012) твърдят, че стажът е по-успешен от другите в подготовката на студентите за предприемаческа кариера. Концепцията да бъдеш в действителната работна среда е известна също като ситуирано обучение, което може да се изрази като когнитивно чиракуване (Olsen & Mykletun, 2012).

Когнитивното чиракуване предоставя на студентите възможност да придобиват и развиват знания чрез учене от квалифициран професионалист. Той запознава обучаемите с действителен контекст на практиката, като се фокусира върху значението на автентичния контекст, наблюдаван в работата в екип, взаимодействието и вземането на решения при създаването на предложение за стойност на услугата (Chan, Miller, & Monroe, 2009). Чиракуването е естествено подходящо за НТР, тъй като предлага бизнес образование, съобразено с конкретна индустрия.

Въпреки че чиракуването се смята за много ефективно в НТР, проучване на собственици на малък бизнес в САЩ показва известно несъгласие относно това, на кои аспекти на програмите трябва да се наблегне (Elmuti, Khoury, & Omran, 2012). Някои собственици на бизнес поставят бюджетирането и управлението на паричните потоци като най-важни, докато други класират управлението на хората като свой приоритет. Като такива можем да заключим, че съдържанието, стратегията и оценката на ефективността на чиракуването остават до голяма степен да бъдат проучени.

5.3.5. **Стартиране на собствен бизнес**

Методът „Стартирайте свой собствен бизнес“ често е предназначен да помогне на хора с ограничен трудов опит или умения, какъвто е случаят с повечето студенти. То включва обща дейност за стартиране и управление на реален бизнес като размер на екипа, размер на начален капитал, време за планиране, работно време и управление на бюджета (Malach & Malach, 2014). В тази програма обучаемите се насърчават да поемат риск и да изпробват нови неща и след това да разсъждават върху резултатите от своите усилия, за да разберат защо са постигнали и защо не са постигнали желания резултат (Politis & Gabrielsson, 2009). Много малко университети и учебни заведения са приели този метод поради неговия риск и сложност (Dhliwayo, 2008). Сред тези няколко

институции са Babson College, Stanford School of Business, MIT Sloan School of Management, The London Business School и Националният университет на Сингапур, където студентите са били помолени да създават и управляват малки предприятия в кампуса и да работят на малки консултантски позиции. Като се има предвид важността на този метод, Neck, Greene и Brush (2014) призовават за реформа в обучението по предприемачество, която да включва стартиране на собствена бизнес програма. Важно е обаче да се отбележи, че програмата за стартиране на собствен бизнес е много тясна по обхват, тъй като се фокусира върху стартиращ и малък бизнес.

6. ПРАКТИЧЕСКИ МЕТОДИ НА ПРЕПОДАВАНЕ В ОБУЧЕНИЕТО ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ПРОГРАМАТА ЗА ХОТЕЛИЕРСТВО И ТУРИЗЪМ

Едно от най-големите предизвикателства в преподаването е или да се преподава стандартизиран предмет, или да се обърне внимание на нуждите на обучаемите (Darling-Hammond, 2012). В рамките на обучението по предприемачество, стандартизираният предмет набляга на теорията, научните мисли и придобиването на знания, докато фокусът на студентите набляга на практическите, предприемачески методи, създаването на стойност и действията. Първият е предвидим, лесен за измерване, отговаря на „изискванията“ на процедурата на ВУЗ и означава пасивно учене (както всички други курсове), докато вторият е непредвидим, труден за измерване, не отговаря на институционалните процедури, скъп е и изисква активно учене. Въпреки че е предизвикателство, основната цел на обучението по предприемачество в НТР е да се постигне интегриран акцент и на двата подхода.

Това може да се илюстрира от изявлението на Бил Байгрейв (1993), директор по предприемачески изследвания в Babson College, където той заявява, че „има два начина да провалите курс

по предприемачество. Първият начин е то да се състои изцяло от практическо приложение. Вторият начин е да бъде изцяло на теория”. Ние аргументирахме, че ефективността на метода на преподаване зависи от целта на предприемачеството и предишния опит на студента. Измислянето на перфектна комбинация от методи на обучение обаче не е лесно. Чрез интегрирането на безброй подходи това може да обърка инструкторите и да затрудни администрирането. Възможно решение на това затруднение е да се смесят изискванията на предмета, като същевременно се интегрира практичната му страна.

Съгласни сме с Gedeon (2014) и Valliere, Gedeon и Wise (2014), че при проектирането на програма за предприемачество, особено в рамките на НТР, е от решаващо значение да има правилно определение на целта на програмата. Без добро разбиране на онтологията ще бъде трудно да се преподава и да се оцени ефективността на курса. Като цяло обучението е предназначено да разкрие какво представлява предприемачеството, да увеличи максимално потенциала за стимулиране на предприемаческите качества и прозрения и накрая да подготви обучаемите за действие. Въпреки това, в настоящата литература за обучението по предприемачество има силен акцент върху преподаването „за“, за разлика от „относно“. Това може да се види в коментарите, аргументите и обратната връзка относно специфичните методи на преподаване, особено традиционния подход, който не успява да възпитава обучаемите да станат предприемачи. Olsen и Mykletun (2012) ясно твърдят, че трябва да има силен акцент в преподаването „за“, за разлика от „относно“ в обучението по предприемачество.

Ние предлагаме да има непрекъснат напредък в развитието на преподаването в програмата за предприемачество в НТР. В „основното“ ниво на обучението по предприемачество е вероятно повече студенти да се запишат в курса. Тъй като акцентът в този етап е да се осигурят необходимите теоретични знания, масовите

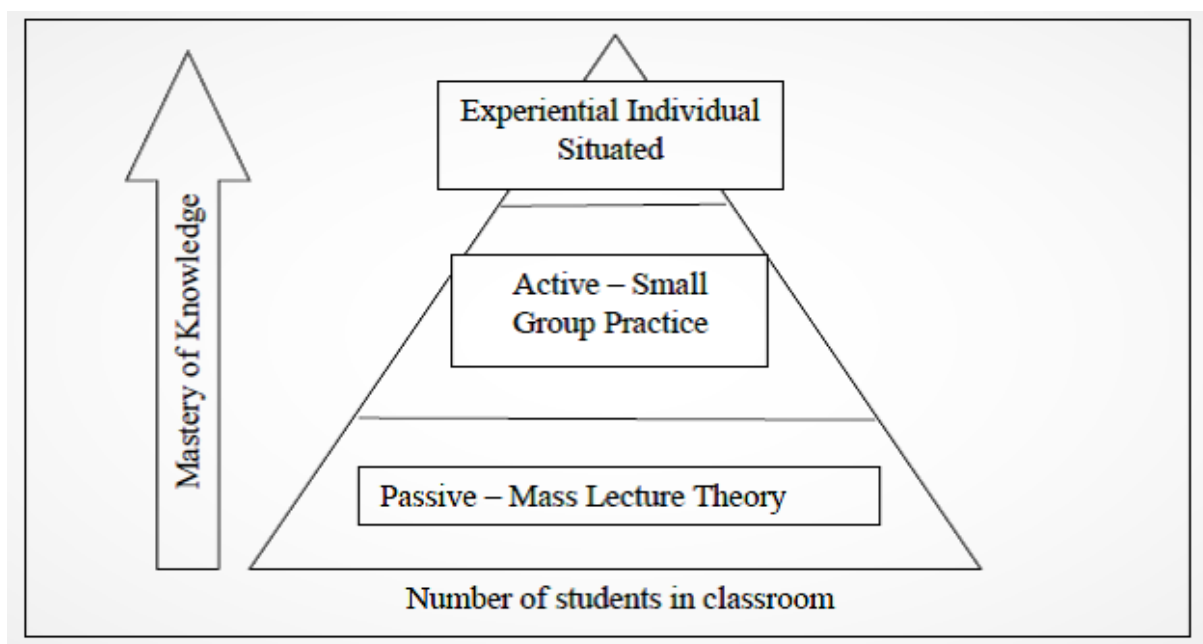
лекции осигуряват практичност и „всеобхватност“ на предаването на знания. Класните стаи трябва да бъдат свят на идеи, в който обучаемите учат теории, които ги насочват какво трябва да направят, за да успеят (Fiet, 2001). Въпреки това, тъй като процентът на „изтощение“ в курса се увеличава, е възможно да се провеждат в по-малки учебни групи, които да се фокусират върху интерактивния аспект на обучението. Студентите на този етап са по-мотивирани от по-динамични методи на преподаване, като бизнес игри и симулации, интервюта с бързоразвиващи се туристически предприемачи, лекции от туристически предприемачи, практически казуси и групови и екипни техники за създаване на нови бизнес идеи (Ahmad , 2015). Когато те достигнат върха на етапа на създаване на бизнес, това се състои от силно мотивирани студенти, които може да пожелаят да тестват идеите си допълнително. Методи, основани на преживявания, като консултиране и практическо обучение, са изключително подходящи за тази цел.

Курсовете „За“ се фокусират върху създаването на предприемчиви нагласи и изследването на усещането да си предприемач. „За“ предприемачеството обикновено се основава на традиционна педагогика на лекции и учебници, за да се изследват тенденциите в малките предприятия и сектори и следователно се оценяват чрез по-традиционни методи на писмени изпити. В рамките на тази класификация тези курсове се преподават с помощта на ясно различни педагогики, както и се оценяват по различен начин; с преподаване „за“, отнасящо се до постоянното насочване на практиката на учене към „знае как“, „знае кой“ и „необходимостта да се знае“.

Ние твърдим, че изучаването на един предприемач (чрез гост-лектори и интервюта) не може ефективно да обясни разликите в непредвидените обстоятелства и ресурсите, които предприемачът трябва да управлява (Fiet, 2001). Тъй като има висок процент на неуспех сред зараждащите се предприемачи, обучението на

студентите да насочват усилията си към тази популация изглежда ирационално. Също така е трудно да се заключи, че можем да научим много от изучаването на онези, които оцеляват, поради посреднически фактори като късмет и пристрастия. Предлагаме да бъдете внимателни при използването на предприемачи като гост-лектори, ако нашата цел е да научим студентите какво трябва да правят, за да бъдат успешни. Въпреки това, предприемачите, с известна помощ от учени, трябва да могат да разработят рамки за непредвидени обстоятелства, в които да изследват фактите и да правят прогнози въз основа на прозрения, получени от различни теоретични гледни точки.

Следователно е важно да се разбере как протича ученето, тъй като е от решаващо значение за развитието на ефективна предприемаческа стратегия за обучение и преподаване. Една широко разпространена класификация на обучението в образованието се основава на Bloom (1956). Таксономията на Блум (1956) разделя образователните цели на три припокриващи се „домейна“ – когнитивна (знание), афективна (нагласа) и психомоторни (умения).



Фиг. 1. Йерархия на методите на обучение

Всеки домейн се изследва като йерархия, която се усложнява. За да се изгради майсторство в която и да е от тези области, уменията от по-ниско ниво се научават първо; тъй като майсторството се създава от работа от по-ниски до по-високи нива. Пълното оценяване на този модел очевидно влияе върху стратегията за учене, която трябва да се използва за подпомагане на ефективното обучение на студентите. Например, за постигане на по-ниски когнитивни цели, като предаване на факти или знания, техниките за масово обучение (предимно пасивен подход като лекции) са най-ефективни. За да се постигне целта на афективността, това изисква участие на обучаемите в процеса на обучение, което се постига най-ефективно чрез иновативни подходи (като бизнес симулации). И накрая, за да се постигнат уменията, изисквани в конкретната индустрия, подходите на базата на опит са най-ефективни (наставничество и практическо обучение).

Въз основа на таксономията на Блум след това се избира съответният подход на пасивен, активен или опитен. За когнитивно ниво акцентът е върху развитието на знанията (въпроси, свързани с предприемачеството). Следователно техниките за масово обучение като лекции са най-ефективни при предаване на информация за припомняне. Тъй като нивото преминава към емоционално, трябва да се избере по-подходящ метод за подхранване на предприемачески качества, насочен към учениците. Могат да се използват методи като бизнес симулации и консултантски проект. По отношение на психомоториката се препоръчват по-практически методи, които наблягат на познанието от опита. В туристическата индустрия това е важен етап, в който се набляга на практически и опитни методи (ситуирано обучение) (Olsen & Mykletun, 2012). Накратко, ние твърдим, че разбирането на целта на програмата и таксономията на ученето е в основата на ефективна стратегия за преподаване и учене в обучението по предприемачество в НТР. Фигура 1

илюстрира нашата дискусия върху йерархията на методите на обучение.

Въз основа на разработените дискусии и анализ на проблема, в таблица 1 са обобщени различни педагогически методи и техните класификации. Може да се заключи, че всеки метод на обучение има своите силни страни и ограничения.

7. ЗАКЛЮЧЕНИЯ И ПРЕПОРЪКИ

Основната цел на този документ беше да обсъди и подчертае въпроси, свързани с ефективността на настоящите методи на преподаване на обучението по предприемачество в НТР. Въз основа на нашия анализ могат да се направят редица изводи и препоръки. Ние твърдим, че „произходът“ на сложните дискусии за ефективността на преподаването в предприемачеството, особено критиката към пасивните или традиционните подходи, се дължи на пристрастията към целта „за“ предприемачеството. Полошо е, че сред преподавателите по предприемачество няма последователност относно това как трябва да изглежда цялата програма или курс. Тези аргументи се основават на анализ на 18 различни курса по предприемачество, предоставени от участници в семинар по предприемачество, който показва, че курсовете обхващат 116 различни теми (Fiet, 2001). Съдържанието на курсовете варира толкова много, че беше трудно да се заключи дали те изобщо имат обща цел (Fiet, 2001). Съвременни учени (Olsen & Mykletun, 2012; Van der Sluis, Van Praag, & Vijverberg, 2008; Weaver, Dickson, & Solomon, 2005) изразиха същата загриженост, че инструкторите по предприемачество преподават различни неща под едни и същи чадъри на курсове по предприемачество.

Програмата за обучение в ПБТ трябва да бъде разработена въз основа на рамката, която включва обща цел, която да съответства на таксономията на обучението и свързаната методология на

преподаване. Всеки метод на обучение има своите предимства и ограничения. Въпреки огромните критики към традиционните подходи, интересно е да се отбележи, че най-често използваният метод на преподаване в класната стая в много страни остава относително традиционния. Тези открития потвърждават тезата на Hytti и O'Gorman (2004), които са анализирали 50 образователни програми по предприемачество, насочени към всички нива на образование в Австрия, Ирландия и Обединеното кралство, като използваните методи на преподаване (с намаляваща честота на поява) са както следва: „традиционни“ методи на обучение, бизнес симулации, семинари, консултиране/наставничество, създаване на бизнес, учебни посещения, игри и състезания и практическо обучение. Вероятна причина за това може да са самите цели в обучението по предприемачество. Проучване на 15 водещи образователни програми по темата в САЩ установи, че основната цел на повечето от програмите е да повишат осведомеността и разбирането на предприемачеството като процес (Hamidi, Wennberg, & Berglund, 2008). Втората основна цел беше да се повиши осведомеността на обучаемите относно предприемачеството като възможност за кариера. Това илюстрира нашия аргумент, че подходящите методи на преподаване зависят до голяма степен от етапа и целта на обучението по предприемачество.

Table 1
Classifications of teaching methods adopted in entrepreneurship education.

Objective	Approach	Domain	Implication	Method	Strengths	Limitations
About	Passive	Cognitive	Description	Lecture and Exam	• Can provide up-to date information • Easier to control class • Can focus on specific issues and topics • Course materials can be easily updated • Face-to face interaction • Illustrate real business context • Effective in linking theory and practice • Improve problem solving and decision making skills • Interactive educational process • engages students' minds and enhances their learning more	• Potential of low students' participation • Less effective with students who prefer active learning experimentation
				Case Study	• Create business strategy • Can improve writing skills • Involves preparation and research • Provides hands-on learning experience • Effective in developing team-work skills • Able to see the effects of decision • May provide latest information from the industry • Real life examples • First-hand information • Connect to real world • Allow students to observed real business environment	• Outdated case material • No best answers/solutions • Require much time of discussions • Instructor can dominate the discussions
				Business Plan	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Difficult to access information • Students may seek additional guidance
In	Active	Affective	Prediction	Business Simulation Games	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Costly • Can be time-consuming • Lack of realism • Costly • May not connect theory to practice
				Guest Speaker	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Difficult to access to companies
				Business Visits and Field Trips	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Companies may not be cooperative • Not suitable for undergraduate students • Students may unable to propose meaningful recommendations • Students can lose direction
For	Experiential	Psychomotor	Action	Consultancy Project	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Companies may not be cooperative • Not suitable for undergraduate students • Students may unable to propose meaningful recommendations • Students can lose direction
				Problem-based Learning	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning • Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies
				Counselling/Mentoring	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning • Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies
				Practical Training and Working with Entrepreneurs	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning • Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies

Derived from Ahmad (2015); Balan (2014); Biagio and Mark (2014); Fatoki (2014); Arasti et al. (2012); Darling-Hammond (2012); Smith et al. (2010); Cheng et al. (2009); Béchard, J.-P., and Grégoire, D. (2007); Carrier (2007); Okumus and Wong (2005).

Fiet (2000) обяснява, че инструкторите разчитат на методи, базирани на лекции, защото те могат да бъдат лесно изпълнени и изискват по-малко инвестиции. От друга страна, в практически смисъл повечето от препоръчаните методи на преподаване, базирани на действие, са скъпи и по някакъв начин не са добре съобразени с конвенционалната университетска система на преподаване (Mwasalwiba, 2010). Следователно би било контрапродуктивно да продължаваме да твърдим, че определен метод на преподаване е неефективен при „активирането“ на учениците да станат предприемачи. Нито пък си струва да продължаваме да получаваме обратна връзка от учениците, че определен метод на преподаване е „скучен“ и неефективен, просто защото учениците не „виждат“ или „получават“ непосредствените ползи. Всеки метод на преподаване служи на определена цел и е важно да допълва цялостния процес на предприемачеството. Въз основа на анализа и обсъждането на този документ изглежда, че ключовите атрибути на ефективността на преподаването в тази тема, трябва да се основават на основата

на обучението по предприемачество, изградена върху ясна дефиниция и цели, подход към обучението и етапи на процеса. В същото време обучаващите по предприемачество трябва да имат богат репертоар от стратегии за преподаване, способност да комбинират подходи и знания за това как и кога да използват определени методи и стратегии. Намирането на правилния баланс е особено важно в учебната програма на НТР, тъй като индустрията е много практична, по-ориентирана към услуги и практика в сравнение с повечето стопански сектори.

И накрая, организацията на висшите учебни заведения и самите „правила“ и процедури за преподаване ограничават възможното въвеждане на всяка „иновативна“ педагогика на преподаване. Рядко се използват нетрадиционни методи на преподаване, като поканване на гост-лектори и бизнес модели за подражание, бизнес симулации и теренни проучвания поради процедурна сложност (Fatoki, 2014). За да се подготвят студентите по подходящ начин за бъдещите им кариери, има нужда от разширяване на педагогиката и въвеждане на иновативни подходи, като се насърчават ръководени от ученици дейности в класната стая, за да се подтикне участието в учебния процес, като същевременно се подчертава важността на основните теории (Deale, 2016) . Висшите учебни заведения трябва да бъдат по-гъвкави и адаптивни, за да позволят на преподавателите по предприемачество да експериментират в класните стаи.

В крайна сметка смятаме, че трябва да се направят повече проучвания за определяне на ефективността на съответния метод на преподаване. Бъдещите проучвания трябва да са ясни за връзката на съответните фактори с ефективността на избраната педагогика. Olsen и Mykletun (2012) твърдят, че за ефективното обучение по предприемачество трябва да има връзка между целите на програмата по предприемачество, аудиториите, на които се предоставя програмата, съдържанието на курсовете по предприемачество, метода на преподаване или педагогиката и

накрая метода на оценка. Тези въпроси са изследвани изолирано или не са били обсъждани в предишни проучвания. Надяваме се, че дискусията в този документ е полезна за предоставяне на анализ на насоките на публикуваните изследвания, както и за определяне на бъдеща изследователска програма.

ИЗТОЧНИЦИ

- Ahmad, S. Z. (2015). Entrepreneurship education in tourism and hospitality programs. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(1), 20–29.
- Arasti, Z., Falavarjani, M., & Imanipour, N. (2012). A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduate students. *Higher Education Studies*, 2(1), 2–10.
- Ardley, B., & Taylor, N. (2010). The student practitioner: Developing skills through the marketing research consultancy project. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(7), 847–861.
- Balan, S. M. (2014). Methods and means used in teaching entrepreneurship in high school can improve entrepreneurial skills. *International Journal of Management*, 5(7), 51–61.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Béchard, J.-P., & Grégoire, D. (2007). Archetypes of pedagogical innovation for entrepreneurship in higher education: Model and illustrations. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective* (pp. 261–284). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Bechard, J. P., & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317–332.
- Bennett, R. (2006). Business lecturers' perception of the nature of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(3), 165–188. <https://doi.org/10.1108/13552550610667440>.
- Biagio, P., & Mark, U. (2014). Is the case study method an effective pedagogical method for students to learn the fundamentals of financial accounting? Proceeding american society of business and behavioral sciences, 21st annual conference, las vegas february 20–23. Available [http://asbbs.org/files/ASBBS2014/PDF/P/Pilato_Ulrich\(P541-554\).pdf](http://asbbs.org/files/ASBBS2014/PDF/P/Pilato_Ulrich(P541-554).pdf).
- Bill Bygrave, W. D. (1993). Personal conversation quoted in Fiet, J.O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117.
- Bloom, B. S. (1956). (The Cognitive Domain, Longman London)Taxonomy of educational objectives, Vol. 1.
- Bosma, N., & Levie, J. (2010). Global entrepreneurship monitor: 2009 global report Boston, MA: Global Entrepreneurship Research Association.
- Brizek, M., & Khan, M. (2008). Understanding corporate entrepreneurship theory: A literature review for culinary/food service academic practitioners. *Journal of Culinary Science & Technology*, 6(4), 221–255.
- Brockhaus, R. H., Hills, G. E., Klandt, H., & Welsch, H. P. (Eds.). (2001). *Entrepreneurship education: A global view*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.

- Carrier, C. (2007). Strategies for teaching Entrepreneurship: What else beyond lectures, case studies and business plan? In A. Fayolle (Vol. Ed.), Handbook of research in entrepreneurship education. Vol. 1. Handbook of research in entrepreneurship education (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.
- Chan, P., Miller, R., & Monroe, E. (2009). Cognitive apprenticeship as an instructional strategy for solving corporate training challenges. *TechTrends: Linking Research and Practice to Improve Learning*, 53(6), 35–41.
- Chen, T., & Shen, C. (2012). Today's intern, tomorrow's practitioner? – The influence of internship programmes on students' career development in the hospitality industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11(1), 29–40.
- Cheng, M. Y., Chan, W. S., & Mahmood, A. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. *Education+Training*, 1(7), 555–566.
- Cheung, C. (2008). Entrepreneurship education in Hong Kong's secondary curriculum. *Education+Training*, 50, 500–515.
- Chief Scientist (2015). Australian government office of the chief scientist. Boosting High-impact Entrepreneurship in Australia: A Role for Universities. Available <http://www.chiefscientist.gov.au/wp-content/uploads/Boosting-High-Impact-Entrepreneurship.pdf>.
- Darling-Hammond, L. (2012). Creating a comprehensive system for evaluating and supporting effective teaching. Stanford, CA: Stanford Center for Opportunity Policy in Education.
- Deale, C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: Insights from entrepreneurs. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16(1), 20–39.

- Deale, C., O'Halloran, R., Jacques, P., & Garger, J. (2010). An examination of current hospitality and tourism teaching methods. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 22(2), 20–29.
- Dhliwayo, S. (2008). Experiential learning in entrepreneurship education: A prospective model for south african tertiary institutions. *Education+Training*, 50(4), 329–340.
- Dickerson, P., & Nash, B. A. (1999). Nurse entrepreneurs as educators. *American Journal of Nursing*, 99, 25–26.
- Echtner, C. M. (1995). Entrepreneurial training in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 119–134.
- Elmuti, D., Khoury, G., & Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and venture effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 83.
- Fatoki, O. (2014). An examination of the teaching methods for entrepreneurship at a south african university. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 512–518.
- Fayolle, A. (2007). Essay on the nature of entrepreneurship education. [Online] Available http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/RENC2006/Topics06/A/Rencontres_2006_Fayolle.pdf.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning Processes in Entrepreneurship Education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.
- Fiet, J. O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117.
- Fiet, J. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 1.

- Gedeon, S. A. (2014). Application of best practices in university entrepreneurship Education: Designing a new MBA program. *European Journal of Training and Development*, 38(3), 231–253.
- Gendron, G. (2004). Practitioners' perspectives on entrepreneurship education. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 302–314.
- Gibb, A. (2005). Towards the entrepreneurial university: Entrepreneurship education as a lever for change. Policy Paper No. 003Birmingham: National Council for Graduate Entrepreneurship.
- Gibb, A., & Price, A. (2014). A compendium of pedagogies for teaching entrepreneurship. International entrepreneurship educators programme. [ncee.org.uk/wpcontent/uploads/2013/ ... /Compendium-of-Pedagogies.pdf](http://ncee.org.uk/wpcontent/uploads/2013/.../Compendium-of-Pedagogies.pdf).
- Gose, B. (1997). A crafts program teaches students the fine art of making a living. *Chronicle of Higher Education*, B8–B9.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646–669.
- Hamidi, D. Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 15(2), 304–320.
- Handscombe, R. D., Rodriguez-Falcon, E., & Patterson, E. A. (2008). Embedding enterprise in science and engineering departments. *Education+Training*, 50, 615–625.
- Harkema, S., & Schout, H. (2008). Incorporating student-centred learning in innovation and entrepreneurship education. *European Journal of Education*, 43(4), 513–526. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1465-3435.2008.00372.x>.

- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). Entrepreneurship education and training. Aldershot: Ashgate.
- Henry, C., & Treanor, L. (2010). Entrepreneurship education and veterinary medicine: Enhancing employable skills. *Education + Training*, 52(8/9), 607–623.
- Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. In A. Fayolle (Vol. Ed.), *Handbook of research in entrepreneurship education*. Vol. 1. *Handbook of research in entrepreneurship education* (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.
- Honig, B. (2004). A contingency model of business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258–273.
- Hospitalitynet (2016). Hospitality: A world of opportunities for young entrepreneurs. Available <http://www.hospitalitynet.org/news/4076923.html>.
- Hunt, Barbara C. (2009). Teacher effectiveness: A review of the international literature and its relevance for improving education in Latin America. Washington, DC: PREAL.
- Hytti, U., & O'Gorman, C. (2004). What is “enterprise education”? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. *Education+Training*, 46(1), 11–23.
- Ismail, M. Z. (2010). Developing entrepreneurship education: Empirical findings from malaysian polytechnics Unpublished Ph.D. Thesis. University of Hull <http://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.519234>.

- Jamieson, I. (1984). Schools and enterprise. In A. G. Watts, & P. Moran (Eds.). Education for enterprise, careers research and advisory centre (CRAC) (pp. 19–27). Cambridge.
- Johannisson, B., Halvarsson, D., & Löfstål, E. (2001). stimulating and fostering entrepreneurship through university training - learning within an organizing context. In R. H. Brockhaus, G. E. Hills, H. Klandt, & H. P. Welsch (Eds.). Entrepreneurship education: A global view (318-340). Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Jones, C. (2010). Entrepreneurship education: Revisiting our role and its purpose. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 500–513.
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+Training*, 48, 416–423.
- Kailer, N. (2010). Entrepreneurship education at universities in German-speaking countries: Empirical findings and proposals for the design of university-wide concepts. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives* (pp. 248–273). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Keys, B., & Wolfe, J. (1990). The role of business simulation and management games in education and research. *Journal of Management*, 16(2), 307–336.
- Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? *Education+Training*, 46(8/9), 510–519.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–598.

- Leenders, M. R., Mauffette-Leenders, L. A., & Erskine, J. A. (2001). Writing cases (4th ed.). Ivey Publishing, Ivey Business School.
- Lourenco, F., & Jones, O. (2006). Developing entrepreneurship Education: Comparing traditional and alternative teaching approach. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4, 111–140.
- Maguire, S., & Guyer, C. (2004). Preparing geography, earth and environmental science students for employment in the enterprise culture. *Journal of Geography in Higher Education*, 28, 369–379.
- Malach, R. L., & Malach, S. E. (2014). Start your own business assignment in the context of experiential entrepreneurship education. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 18(1), 169–186.
- Mangan, K. S. (2004). Entrepreneurs in every department. *Chronicle of Higher Education*, 50, A10–A11.
- Marzano, R. (2007). *The art and science of teaching: A comprehensive framework for effective instruction*. Alexandria: ASCD.
- McKeachie, W. J. (2002). *McKeachie's teaching tips: Strategies, research, and theory for college and university teachers*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- McKeown, J., Cindy, M., Srikanth, R. S., Kelly, S., & Lynn, M. (2006). Graduate entrepreneurship education in the United Kingdom. *Education+Training*, 48(8/9), 597–613 London.
- Morrison, A., Carlsen, J., & Weber, P. (2010). Small tourism business research change and evolution. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 739–749.

- Musa, M. B. (2009). Archive for the an education system worthy of Malaysia category. Assessed on 10 March 2016 from <http://www.bakrimusa.com/archives/category/an-education-system-worthy-of-malaysia> .
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education+Training*, 52(1), 20–47.
- Neck, H., Greene, P., & Brush, C. (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Norasmah, Othman, et al. (2008). Entrepreneurial studies in institute of higher Learning: Methods for delivering entrepreneurship education, in enhancing the quality of higher education through Research: Shaping the future. The Ministry of Higher Education, Malaysia (MoHE).
- Okumus, F., & Wong, K. F. (2005). In pursuit of contemporary content for courses on strategic management in tourism and hospitality schools. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2), 259–279.
- Olsen, M. A., & Mykletun, R. J. (2012). *Entrepretality: Entrepreneurship education in the hospitality industry* [Electronic version]. Retrieved [10 March 2016], from
- Cornell University, School of Hospitality Administration site <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/35>.
- Padilla, P. M., White, J. F., Bovee, C., & McQueen, M. E. (2011). An innovative, interdisciplinary healthcare entrepreneurship and innovation program for medical students. *USASBE 2011 Proceedings* (pp. 48–61). . Available from: <http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/2011/PaperID110.pdf>.

- Pardo, C. A. (2013). Is business creation the mean or the end of entrepreneurship education? A multiple case study exploring teaching goals in entrepreneurship education. *Journal of Technology Management Innovation*, 8(1), 1–10.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2006). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. National Council for Graduate Entrepreneurship. Working Paper 002/2006. 1–33
<http://www.ncge.org.uk/research.php>.
- Politis, D., & Gabrielsson, J. (2009). Entrepreneurs' attitudes towards failure: An experiential learning approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(4), 364–383.
- Porter, L. W. (1994). The relation of entrepreneurship education to business education. *Simulation & Gaming*, 25(3), 416.
- Rae, D. (2003). Opportunity centered learning: An innovation in enterprise education? *Education & Training*, 45(8/9), 542–549.
- Rae, D., & Carswell, M. (2000). Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. *Education & Training*, 42(4/5), 220–228.
- Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship Management*, 7, 57–69.
- Read, C., & Kleiner, B. (1996). Which training methods are effective? *Management Development Review*, 9(2), 24–29.
- Rengiah, P. (2013). Effectiveness of entrepreneurship education in developing entrepreneurial intentions among Malaysian university students DBA thesis. Lismore, NSW: Southern Cross University.

- Rideout, E., & Gray, D. (2013). Does entrepreneurship education really Work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329–351.
- Robinson, P., & Malach, S. (2007). Multi-disciplinary entrepreneurship clinic: Experiential education in theory and practice. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective* (pp. 173–186). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. *American Journal of Small Business*, 11(4), 37.
- Sandage, S., Cook, K., Hill, P., Strawn, B., & Reimer, K. (2008). Hermeneutics and psychology: A review and dialectical model. *Review of General Psychology*, 12(4), 344–364. <http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.12.4.344>.
- Sanders, D. P., & McCutcheon, G. (1986). The development of practical theories of teaching. *Journal of Curriculum and Supervision*, 2(1), 50–67.
- Sewell, P., & Pool, L. D. (2010). Moving from conceptual ambiguity to operational clarity: Employability, enterprise, and entrepreneurship in higher education. *Education and Training*, 52(1), 89–94.
- Shepherd, D. A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 274–287.
- Smith, B. R., Kickul, J., & Coley, L. (2010). Using simulation to develop empathy and motivate agency: An innovative pedagogical approach for social entrepreneurship education. In A. Fayolle (Ed.).

Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives (pp. 13–24). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168–182.
- Solomon, G. T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 65–86.
- Tasnim, N. (2012). Playing Entrepreneurship: Can games make a difference? *Entrepreneurial Practice Review*, 2(4), 4–18.
- Valliere, D., Gedeon, S. A., & Wise, S. (2014). A comprehensive framework for entrepreneurship education. Conference proceedings, EEP entrepreneurship education project conference Tampa Florida 28–29 March 2014.
- Van der Sluis, J., Van Praag, M., & Vijverbery, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 22(5), 795–841.
- Volkmann, C., Wilson, K. E., Mariotti, S., Rabuzzi, D., Vyakarnam, S., & Sepulveda, A. (2009). Educating the next wave of entrepreneurs. Retrieved February 22, 2011, from World Economic Forum https://members.weforum.org/pdf/GEI/2009/Entrepreneurship_Education_Report.pdf.
- Weaver, M., Dickson, P., & Solomon, G. (2005). What is known and not known about the links between education and entrepreneurial activity. The small business economy for data year 2005: A report to the president Washington, DC.

- Welter, F., & Heinemann, D.. Gründerstudie 06/07 der Universität Siegen: Auf dem Weg zur Unternehmer-Uni. (2007). Retrieved March 25, 2011, from Universitätsbibliothek Siegen http://dokumentix.ub.uni-siegen.de/opus/volltexte/2007/293/pdf/Gruenderstudie_ cited from Kleemann, M. (2011). Insights in Entrepreneurship Education: Integrating Innovative Teaching Practices. Master Thesis in Business Administration. Jönköping International Business School. Jönköping University.
- White, R. J., Hertz, G. T., & D'Souza, R. (2010). Entrepreneurship education Pedagogy: Using technology to learn about fundable business plans in: 14th annual conference (Ncira) (San Francisco).
- Zachary, L. (2000). The Mentor's guide. San Francisco: Jossey-Bass.

ОТНОСНО

Откриването на Областната дирекция на националното образование в Мамак е 1984 г. Звената на нашата администрация се състоят от 9 клона и 20 отдела в паралелно със структурата на Министерството на националното образование /Указ №652/. Тези звена са Основно образование, Средно образование, Професионално и техническо образование, Специално образование и консултиране, Обучение през целия живот, Строителство и недвижими имоти, Обработка на данни и образователни технологии, Стратегическо развитие, Правно звено, Човешки ресурси и звено за поддръжка.

Административното звено се състои от 1 областен директор по образованието, 9 клонови администратори, 20 клонови началници и 150 служители. Също така в нашата администрация има 12 учители, които работят на пълно и непълно работно време. Има

над 300 образователни институции (държавни и частни), включително основни училища, средни училища, начални-средни училища, религиозни професионални средни училища, анадолски гимназии, професионални училища, религиозни професионални гимназии, центрове за наука и изкуства, центрове за кандидатстване за специално образование, Център за консултиране и изследване и центрове за обществено образование.

В администрацията има също отдел за изследване и развитие към отдел за развитие на стратегията. Отделът за изследване и развитие (R&D) се състои от общо 7 души. Международните и националните проекти на областта се ръководят от координатори на проекти за научноизследователска и развиваща дейност.

Провинциалната дирекция за национално образование на Мамак се опитва да подготви децата и младежите за живот с нагласи и положително отношение към образованието, ориентирано към човека, като основа за целенасочени алтернативи в различните части на живота. Дирекцията продължава работата си, за да оформи възприятието, че общите ценности и вявания, които споделят отделните хора, са в основата на света. Работи също за събиране, обработка, препредаване, използване на информация и производство на нова информация.

Областна дирекция на националното образование в Мамак, съвместно с местната власт работи за наблюдение на развитието във всички области на образованието, за да подготви учениците да придобият умения и да се състезават в тази епоха на предизвикателства, за да станат добри хора, добри професионалисти и добри граждани на страната и на света. Защото в 21 век образованието е основното измерение на индивидуалното, социалното и универсалното развитие.

Завършени и текущи проекти в рамките на проект Еразъм+:

- Erasmus+ KA1 VET Staff Mobility, 2014-1-TR01-KA102-004888
- Erasmus+ KA3 Structured Dialog, 2018-2-TR01-KA347-060411
- Erasmus+ KA3 VET, 609050-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-VET-NETPAR, 12 Events for Transnational and National VET networks
- Erasmus+ KA1 VET, 2020-1-TR01-KA102-088189, Avrupa'da Erken Okuryazarlık Stajı
- Erasmus+ KA2 Youth, 2020-3-TR01-KA205-097360, Artificial Intelligence Education for Youth
- Erasmus+ KA2 School, 2020-1-ES01-KA226-SCH-095226, Motivational Meditation Techniques for Favouring Memory and Attention of Students with Visual Impairment