

МАСОВ ЕКОТУРИЗЪМ ИЛИ ЕКОЛОГИЧЕН МАСОВ ТУРИЗЪМ?

МАЯ ИВАНОВА
СТАНИСЛАВ ИВАНОВ

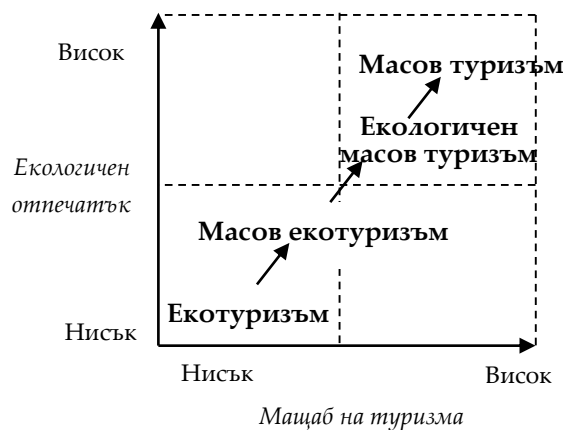
Екотуризмът обикновено се разглежда като противоположност на традиционния масов туризъм. Основната разлика помежду им се явява не само броя обслужени туристи, но и въздействието им върху околната среда. Екотуризмът се възприема като „свързан с природата, устойчив в икономически и социален аспект, който дава възможност за оценяване на и взаимодействие с природата“¹. От друга страна, масовият туризъм се асоциира с традиционните морски и планински дестинации, които се посещават от големи групи туристи. В тази дихотомия екотуризмът почти винаги се възприема като по-приемливата и желана алтернатива, особено от гледна точка на отпечатъка, който оставя върху природата. Въпросът е: могат ли двете крайности да се сближат?

При стратегическото планиране на дадена дестинация често туристическата политика се лута между тези крайности. За да бъде по-обоснован изборът, се изисква предварителен анализ на устойчивостта в трите ѝ измерения (икономическа, социална и екологична)², още повече, че устойчивостта е състояние на туризма, а не вид туризъм. По тази логика всеки един тип туризъм би могъл да се развива по устойчив или неустойчив път, в това число и масовият. Обикновено се акцентира върху екологичната страна на устойчивостта, свързана с опазването на околната среда, а се пренебрегват другите две измерения – социална и икономическа устойчивост. Социалната устойчивост се свързва с корпоративната социална отговорност, а в икономическото измерение влизат положителните и отрицателни ефекти, които туризмът

като стопански сектор допринася за дестинацията, и как се интегрира в местната икономика.

Всъщност, можем да твърдим, че между двете крайности (екологичен и масов туризъм) реално съществуват междинни положения, които можем да наречем „Масов екотуризм“ и „Екологичен масов туризм“³. Масовият туризъм би могъл да стане по-екологичен чрез намаляване броя на туристите и въвеждане на технологии за възобновяема енергия или рециклиране. Така получаваме Екологичен масов туризъм. В същото време екотуризмът може да се разгърне, обхващайки повече хора и фирми, създавайки повече работни места и поминък за местните жители. Разбира се, ще се повиши и екологичният му отпечатък. По този начин трансформираме Екологичния туризъм в Масов екотуризм.

Идеята за комбиниране на ползите от двата вида туризъм не е нова, защото в масовия туризъм могат да се открият екологични елементи, както и екологичният туризъм носи белези на масов туризъм⁴. Възможните варианти изобразяваме в матрица с две променливи: „мащаб на туризма“ и „екологичен отпечатък“ (вж. фигура 1)⁵.



Фигура 1. Мащаби на туристическото развитие спрямо екологичния отпечатък

Мащабът на туризма показва броя туристи и количеството потребени продукти и услуги в дадената дестинация. При масовия туризъм тези обеми са големи, докато при екотуризма –

съществено по-малки. Екологичният отпечатък показва човешкото влияние върху природата на територията на дестинацията. Очевидно е, че масовият туризъм се развива в много по-голям мащаб, ангажира повече фирми и производства, осигурява много по-висока заетост, но и замърсява повече околната среда.

Екотуризмът, като контрапункт, засяга природата в много по-малка степен, но също така и приносят му за икономическото развитие на дестинацията е ограничен, защото се развива в малки мащаби. Обикновено екотуристите целят да бъдат сред природата, без да я засягат по негативен начин – те отсядат в къщи за гости, консумират предимно местни храни, но и рядко осигуряват достатъчно обеми продажби, така, че да се усети сериозно положително икономическо влияние в региона.

Въпреки умножените възможности, изборът си остава труден. Очевидно екотуризмът е по-устойчив от масовия по отношение на влиянието върху околната среда. Фирмите са развиват в малък мащаб, обикновено са семейни и малко засягат природата по негативен начин. Малките размери, обаче, не допринасят за мултипликативния ефект на туризма върху цялата дестинация – малкият брой фирми предполага малък брой заети, нисък размер на инвестициите, а оттам и намалени икономически и неикономически ползи от туризма. Ниските приходи не могат да съживят например местни занаяти или традиции, нито позволяват пълно прилагане на корпоративната социална отговорност. Освен това, екотуризмът сам по себе си ограничава развитието на туризма (концепцията „малкото е красиво“ ‘small is beautiful’). Допълнително се налагат по-високи цени, заради потреблението на т. нар. еко-, био- и органични продукти.

Но екотуризмът може да увеличи социалната и икономическата си устойчивост чрез трансформирането си в Масов екотуризъм. Освен възползване от икономии от мащаба, при екотуризма би могъл да се увеличи броя и капацитета на заведенията за настаняване, подобряване на инфраструктурата на дестинацията, за да поеме по-голям брой туристи, включване на еко-заведенията

за настаняване в резервационните системи на туристически агенции и туроператори. По-големият брой екотуристи и туристически компании би генерирал по-високи приходи, по-голямо търсене на продукти на местни производители, а оттам и по-големи ползи от екологичния туризъм в социален и икономически план. Разбира се, това следва да се осъществява в премерени граници и в съчетание с постоянно обучение на туристи и предприемачи за устойчивия начин на развитие на туризма. Екологичната му устойчивост ще бъде донякъде намалена, но ще е за сметка на социалните и икономически ползи за дестинацията.

В другата крайност имаме масовия туризъм, чиито икономически и социални ползи са добре познати:

- ✓ Ниски цени и демократизация на пътуванията;
- ✓ Спестяване на разходи за изграждане на инфраструктура и поддръжката ѝ, поради териториалната концентрация на хотелите;
- ✓ Създаване на голям брой работни места;
- ✓ Включване в трудовия пазар на лица с по-ниска квалификация, които в противен случай биха били на социални помощи;
- ✓ Високи приходи от данъци и такси за местните власти;
- ✓ Подобряване на достъпността на дестинацията, като прави редовните полети/автобусни линии до нея икономически изгодни за транспортните фирми;
- ✓ Включване в туристическото предлагане на ресурси, които в противен случай не биха били оползотворени;
- ✓ Създаване на търсене за услуги, за които е нужен голям брой потребители, за да бъдат икономически изгодни – напр. аква паркове.

Формулата 5S (sun, sea, sand + spirits and sex) е станала емблематична с големите обеми продажби за авиокомпаниите, хотелите, и за допълнителни услуги. Освен прекия ефект върху туристическите компании, косвеният и предизвиканият ефект от масовия туризъм оказват благотворно въздействие в икономически и социален план за цялата дестинация – нови работни места, стимул за местните индустрии, развитие на инфраструктурата, повишен стандарт на живот за местното

население, привличане на нови инвестиции и диверсифициране на местната икономика. Трябва, разбира се, да се отчетат и известни негативи, най-големите от които са спрямо природата – нарушаване на естествения баланс, замърсяване, свръхзастрояване, застрашаване на растителни и животински видове и т.н. Така масовият туризъм отчита по-висока социална и икономическа, но по-ниска екологична устойчивост от екотуризма.

Като по-приемлив междинен вариант масовият туризъм би могъл да се трансформира в Екологичен масов туризъм, чрез целенасочено намаляване броя на туристите (контрол над поемния капацитет) и чрез въвеждане на разнообразни екологични практики (разделно събиране на отпадъци, използване на възобновяеми източници на енергия, топло- и хидроизолация, залесяване, рециклиране на отпадъци, пречиствателни съоръжения и т.н.⁶). Някои от тези дейности изискват значителни инвестиции, а именно фирмите, занимаващи се с масов туризъм разполагат с големи средства, които да бъдат инвестирани с цел

да се увеличи екологичната му устойчивост. Големите обороти, генерирани от масовия туризъм позволяват икономии, чрез които да се възстанови или предотврати нежелано влияние върху природата. Дори може да се помисли за „жертване“ на една минимална част от територията на дестинацията (до 1-2%), където да се развива масов туризъм, с цел запазване на останалата част. Така все пак ще се ограничи замърсяването, но ще останат социалните и икономически ползи. По този начин се оползотворяват положителните аспекти от масовия туризъм и до известна степен се изолират отрицателните.

Стратегическите решения, които се вземат за развитието на дадена дестинация обикновено се колебаят между две крайни положения – масов туризъм, или по-елитен екотуризъм. Изборът е труден, но не толкова еднозначен. Между тях има и по-балансиращи варианти, които позволяват възползване от всички мултипликативни предимства, които предоставя туризмът като индустрия.

Литература:

- ¹ Weaver, D. (2001). Ecotourism as mass tourism: Contradiction or reality? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2), 104-112.
- ² Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. London: CABI Publishing.
- ³ Ivanov, S., & Ivanova, M. (2013). Mass ecotourism vs. Eco mass tourism. *Proceedings of the Sixth Black Sea Tourism Forum*, 02nd-04th October, 2013, Varna, Bulgaria, pp. 78-90.
- ⁴ Weaver (2001)
- ⁵ Ivanov & Ivanova (2013)
- ⁶ Ivanov, S., Ivanova, M. and Iankova, K. (2015). Sustainable Tourism Practices of Accommodation Establishments in Bulgaria: An Exploratory Study. *Tourismos*, 9(2), 175-206.