

# **Добри практики в туризма**

**Справочник**

София, 2006 г.

За повече информация може да се свържете с нас на адрес:

*Гр. София 1680,*

*жк. Бели брези, ул. Ворино 55 ет. 1 ап.2*

*Тел. +359 878 700387*

[info@project-tourism.info](mailto:info@project-tourism.info)

[www.project-tourism.info](http://www.project-tourism.info)

Справочникът е подготвен от екип на  
**Свемар Консулт ООД** и  
**Сдружение Партньорство за инициативи  
развитие и устойчивост**

© Елица Димитрова, Мариета Чакърва, Радослав Йонков

ISBN 10: 954-91982-1-9

ISBN 13: 978-954-91982-1-8

Тираж 450 бр. Коли.....

Корица: .....

Предпечатна подготовка: .....

Печат: .....



Този справочник се издава с финансовата подкрепа на  
Правителството на Република България

*Настоящият справочник има за цел да даде интересни идеи на хората, ангажирани с развитието на българският туризъм, чрез проучване на добрите практики в някои европейски страни. Справочникът е насочен към туроператори, турагенти, хотелиери, експерти в държавната администрация, специалисти в туристически асоциации, студенти по туризъм, както и към предприемачи с намерения за развитие в областта на туризма.*

*Добрите практики са класифицирани в пет основни категории:*

- 1. Разработване на нови туристически продукти и дейности*
- 2. Развитие на природни атракции*
- 3. Управленски практики*
- 4. Организационно развитие*
- 5. Маркетинг на туристически продукт*

*Направеното проучване не е ограничено само до страни, членки на ЕС, а включва и дестинации с добре развит туризъм, както и добри практики от региона на Балканите.*

*Проучени са 38 разнообразни практики от 27 европейски страни - Австрия, Албания, Англия, Андора, Белгия, България, Германия, Гърция, Дания, Естония, Исландия, Испания, Италия, Латвия, Люксембург, Македония, Норвегия, Полша, Португалия, Румъния, Словакия, Сърбия, Франция, Чехия, Швейцария, Швеция, Шотландия.*

*За заинтересованите лица са посочени адреси в Интернет, където може да бъде намерена допълнителна информация за определена практика.*

*Настоящият Справочник се издава по проект “Увеличаване на готовността на специалистите в сферата на туризма за работа в условията на ЕС” реализиран в рамките на работната програма на Правителството за 2006 г. в изпълнение на Плана за действие 2002-2006 г. на комуникационната стратегия за подготовка на членството на република България в ЕС.*

*Справочникът може да бъде изтеглен в електронен вариант от Интернет страницата по проекта – [www.project-tourism.info](http://www.project-tourism.info)*

*От екипа*

## СЪДЪРЖАНИЕ

<b>ГЛОБАЛЕН КОДЕКС ЗА ЕТИКА В ТУРИЗМА.....</b>	<b>7</b>
Принцип 1: Приносът на туризма към взаимно разбиране и почит между народи и общества.....	8
Принцип 2: Туризмът като средство за индивидуално и колективно себеутвърждаване.....	10
Принцип 3: Устойчиво развитие на туризма.....	11
Принцип 4: Туризмът, потребител на културното наследство на човечеството и сътрудник за неговото подобряване.....	12
Принцип 5: Туризмът, изгодна дейност за страните домакин.....	13
Принцип 6: Задължения на инвеститорите в туризма.....	14
Принцип 7: Право на туризъм.....	16
Принцип 8: Свобода на туристическото движение.....	17
Принцип 9: Права на работниците и предприемачите в туризма.....	19
Принцип 10: Реализация на принципите на Глобалния кодекс за етика в туризма.....	21
<b>ДОБРИ ПРАКТИКИ ЗА РАЗРАБОТВАНЕ НА НОВИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ И ДЕЙНОСТИ.....</b>	<b>23</b>
<b>ДОБРИ ПРАКТИКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ПРИРОДНИ АТРАКЦИИ.....</b>	<b>33</b>
<b>УПРАВЛЕНСКИ ДОБРИ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>39</b>
<b>ДОБРИ ПРАКТИКИ ЗА ОРГАНИЗАЦИОННО РАЗВИТИЕ.....</b>	<b>53</b>
<b>ДОБРИ ПРАКТИКИ ЗА МАРКЕТИНГ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ.....</b>	<b>59</b>
<b>ДЪРЖАВНИ ИНСТИТУЦИИ И БРАНШОВИ ОРГАНИЗАЦИИ, АНГАЖИРАНИ С РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА.....</b>	<b>72</b>
<b>НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИ ОРГАНИЗАЦИИ, ЗАНИМАВАЩИ СЕ С ЕКОТУРИЗЪМ.....</b>	<b>80</b>



## Глобален кодекс за етика в туризма

Глобалния кодекс за етика в туризма е изчерпателен набор от принципи, чиято цел е да направлява хората, ангажирани с развитието на туризма: държавни органи, местни органи за самоуправление, представители на туристическата индустрия и др.

На 21 декември 2001 г. с резолюция A/RES/56/212 общото събрание на ООН прие *кодекс за етика в туризма* (GLOBAL CODE OF ETHICS FOR TOURISM), като упълномощи Световната туристическа организация – World Tourist Organization (WTO) с неговото популяризиране.

## ***Принцип 1: Приносът на туризма към взаимно разбиране и почит между народи и общества***

1. Разбирането и почитането на етическите стойности, общи за човечеството, толерантност и почит към разнообразните религии, философски и морални убеждения, са целите на съвременния туризъм. Инвестиращите в развитие на туризма и туристите трябва да зачитат социалните и културни традиции и обичаи на всички народи, включвайки тези на малцинствата и местните народи и да уважават тяхната стойност.

2. Дейностите в туризма трябва да бъдат с водач, в хармония с традициите на страната домакин и в почит към техните закони и обичаи.

3. Домакинът, от една страна и работниците от друга, трябва да се запознаят и почитат туристите, които посещават тях и техния начин на живот. Образованието и тренирането на местните кадри в туризма допринасят за гостоприемен прием.

4. Задачата на местните власти е да предоставя защита за туристите и посетителите и техните принадлежности. Те трябва да обърнат внимание на безопасността на чуждите туристи, които са по-уязвими от местните. Властите трябва да улеснят въвеждането на специфични средства за информация, сигурност, застраховка и съдействие, съответстващо на техните нужди. Каквито и да е атаки, нападения, отвличания или заплахи на туристи или работници в туризма, също така както и своеволното разрушаване на оборудванията за туризъм или елементи на културното или природно богатство



трябва да бъдат сурово наказани в съгласие със съответните национални закони.

5. Когато пътуват, туристите и посетителите не трябва да извършват каквото и да е криминално действие или каквото и да е действие, разглеждано като престъпление от законите на страната. Трябва да се въздържат от каквото и да е поведение, сметнато за нападателно или оскърбително от местното население. За да не повреждат околната среда, те трябва да се въздържат от търгуване с наркотици, оръжия, антики, защитени видове и произведения и субстанции, които са опасни или забранени от националните власти.

6. Туристите и посетителите е препоръчително да се запознават, дори преди тяхното заминаване, с характеристиките на страните, които се приготвят да посетят. Те трябва да бъдат осведомени за рисковете, вродени в каквото и да е пътуване извън тяхната обичайна среда и трябва да се държат прилично като по такъв начин да минимизират тези рискове.

## ***Принцип 2: Туризмът като средство за индивидуално и колективно себеутвърждаване***

1. Туризмът, дейност, най-често свързана с почивка, спорт и достъп до културата и природата, трябва да бъде планиран и упражнен като привилегировано средство на индивида и колектива за щастлив живот. Упражнен с достатъчно отворен ум, той е незаменим фактор за взаимна толерантност и за научаване на разликите между народи и култури и тяхното разнообразие.

2. Дейностите на туризма трябва да почитат равенството на мъже и жени. Те трябва да повишат човешките права и индивидуалните права на най-уязвимите групи, особено деца, възрастни, инвалиди, етнически малцинства и местни народи.

3. Експлоатацията на хора в каквато и да е форма, особено полова, или приложена към деца, нарушава основните цели на туризма и е негово отрицание. В съгласие с международния закон за туризма, експлоатацията трябва да бъде енергично подтискана със съдействието на всички власти, които са компетентни, включително и от властите в чужди държави.

4. Пътувания предначинани за религия, здраве, образование и културни или езикови размени са изгодни форми на туризъм, които заслужават окуражаване.

5. Въвеждане на програми за образование, икономически, социални и културни придобивки, също трябва да бъде насърчено.

### ***Принцип 3: Устойчиво развитие на туризма***

1. Всички инвестиращи в туризма трябва да пазят естествената околна среда с оглед на постигане на здрав, продължителен и издръжлив икономически растеж, способен да задоволява справедливо нуждите на сегашни и бъдещи поколения.
2. Всички форми на туризъм, които са спомагащи за спестяване на редки и скъпи ресурси както и избягването на прехосване на средства от различен тип, трябва да бъде обявен като приоритетен и насърчен от национални, регионални и местни обществени власти.
3. Туристическата дейност трябва да бъде в съответствие с природата. Туристическият поток трябва да бъде съобразен както с икономическата изгода, така и с природосъобразността на извършваните дейности.
4. Инфраструктурата в туризма и дейностите му трябва да се формират по такъв начин, че да защитават природното наследство - съставено от екосистеми и биоразнообразие. За да запазят застрашените видове на дивия свят, инвестиращите в туризма трябва да се съгласят с налагането на ограничения при техните дейности, когато те са упражнени в особено чувствителни области: пустини, полярни или планински райони, крайбрежни области, тропически гори или мочурища, подходящи за създаването на природни резервати или защитени области.
5. Еко-туризъм има тогава, когато е насочен към подобряване културата на туриста и към почитането на наследството и местните обичаи.

#### **Принцип 4: Туризмът, потребител на културното наследство на човечеството и сътрудник за неговото подобряване**

1. Ресурсите за туризъм принадлежат на целокупното човешко население. Държавите в чиито територии те са разположени имат определени права и задължения към тях.

2. Политиката в туризма и дейностите свързани с него трябва да бъдат водени с почит към художественото, археологическо и културно наследство, което те трябва да защитят и предадат на бъдещи поколения. Определена грижа трябва да бъде посветена на предпазване и подобряване на паметници, светилища и музеи както и археологически и исторически местности, които трябва да бъдат широко отворени за посещения на туристи. Подпомагането трябва да бъде ориентирано към културните обекти, с почит към правата на техните собственици.

3. Финансови ресурси, получени от посещения в културни места и паметници трябва, поне частично, да бъдат използвани за издръжката, охрана, развитие и украсяване на това наследство.

4. Дейността на туризма трябва да бъде планирана по такъв начин, че традиционните културни продукти, занаяти и фолклор да оцелеят и процъфтяват, вместо да дегенерират и стават стандартизирани.

## ***Принцип 5: Туризмът, изгодна дейност за страните домакин***

1. Местното население трябва да бъде свързано с дейностите на туризма и да споделя справедливо икономическите, социални и културни придобивки свързани с тях.

2. Политиката в туризма трябва да беше приложена по такъв начин, че да спомага за подобряването на стандарта на живот на населението в районите, които са посетени и да удовлетворяват техните нужди. Планирането и архитектурата на курортите за туризъм трябва да планират да ги интегрират. Където уменията са равни, приоритет трябва да бъде даден на местната работна ръка.

3. Специално внимание трябва да се обърне на специфичните проблеми на крайбрежните области и островни територии както и за уязвими провинциални или планински райони, за които туризмът често представя малка възможност за развитие.

4. Хората в сферата на туризма, особено инвеститорите, трябва да осъществяват проучвания за въздействието на техните проекти върху околната среда и природните дадености. Те трябва да предоставя най-добрата прозрачност и обективност при обявяването на информация за техните бъдещи програми и предвидимите отражения и трябва да поощряват диалог върху тяхното съдържание с местното население.

## **Принцип 6: Задължения на инвеститорите в туризма**

1. Предприемачите в туризма имат задължение да предоставят на туристите обективна и честна информация за местата, на които отиват и за условията на пътуването, гостоприемството и престоя. Те трябва да гарантират това, което договорните клаузи предлагат. Трябва да гарантират, че техните клиенти са запознати с адекватното отношение към природата, цената и качеството на услугите и да предоставят финансовата компенсация в случай на едностранно нарушаване на договора.

2. Хората в туристическия бизнес трябва до степен, в която то зависи от тях, да окажат помощ, в сътрудничество с обществените власти, за сигурността, предотвратяване на произшествия, защитата за здравето на тези, които търсят техните услуги. Те трябва да подсиgurят съществуването на подходящи системи за застраховане. Те трябва да извършват оказаните в закона дейности свързани с туризма и да заплащат глоба при пропуск в тази насока.

3. Доколкото като това зависи от тях, предприемачите трябва да допринасят за културното и духовното равновесие на туристите и да ги допускат, по време на техните пътувания, да упражняват техните религии.

4. Обществените власти на страната домакин, в съдействие с предприемачите, които са отговорни,

трябва да гарантират, че необходимите механизми са налице за обезпечаването на туристите в случай на фалит на фирмата, която организира тяхното пътуване.

5. Правителствата имат правото - и задължението, особено в криза, да информират техните поданици за трудните обстоятелства, или дори опасностите, които те могат да срещнат по време на техните пътувания навън. Това е тяхна отговорност както и да издава такава информация без да предубеждава туристическия обект на страните домакин. Пътуването трябва да бъде дискутирано предварително с властите на страната, в която е посещението и засегнатите агенции. Препоръки, които са формулирани от правителството на туриста трябва да отговарят стриктно на положението в страната домакин и да отразяват евентуалните опасности. Такива препоръки трябва да бъдат анулирани веднага, след връщане към безопасност.

6. Пресата и особено специализираната преса за пътувания и други медии, включително електронната комуникация, трябва да издават честна и уравновесена информация за събитията, макар това да влияе на потока от туристи. Те също трябва да предоставят точна и надеждна информация към потребителите на услугите на туризма. Новата комуникация и електронни технологии за търговия също трябва да бъдат развити и използвани за това предназначение. Те не трябва по какъвто и да е начин да подпомагат секс-туризма.

## ***Принцип 7: Право на туризъм***

1. Перспективата за директен достъп до откриване и наслада от ресурсите на планетата следва да е равна за всички световни обитатели. Все по-обширното участие в национален и международен туризъм трябва да бъде разгледано като един от най-добрите възможни начини за продължителния растеж на икономиката и препятствия не бива да бъдат поставяни на пътя му.

2. Универсалното право за туризъм трябва да бъде разгледано като производно на правото човек да почива и да има свободно време. Това право трябва да включва умерено ограничение на часове за работа и периодични празници гарантирани от член 24 на Универсалната декларация за правата на човека и член 7.Д на Международния договор за икономически, социални и културни права.

3. Социалният туризъм, и в частност асоциативният туризъм, трябва да беше развит с помощта на обществените власти.

4. Семейства, младежи, студенти и възрастни, трябва да бъдат насърчени и улеснени при практикуването на туризъм.



## **Принцип 8: Свобода на туристическото движение**

1. Туристите и посетителите трябва да се възползват, съобразно с международния закон и националното законодателство, от свободата да се местят между една държава и друга. В съгласие с член 13 на Универсалната декларация за човешките права, те трябва да имат право на пътуване до културни места без да подлежат на прекомерни формалности или разграничаване.

2. Туристи и посетители трябва да имат достъп до всички налични форми на комуникация, вътрешни или външни. Те трябва да ползват точен и лесен достъп до местни административни, легални и здравни услуги. Те трябва да бъдат свободни да се свържат с консулските представители на техните страни съобразно с дипломатичните конвенции в сила.

3. Туристите и посетителите трябва да се ползват със същите права както гражданите на страната, която посещават засягайки конфиденциалността на личните данни и информация засягаща тях, особено когато тези са складираны електронно.

4. Административни процедури, отнасящи се за преминаване на граница попадащи в компетентността на държавите или произлизащи от международни споразумения, като визи и формалности на митницата, трябва да бъдат сведени до минимум, за да улеснят туриста при пътуването му. Споразумения между страни,

които да съчетават и опростяват пътуванията трябва да бъдат насърчени. Специфични данъци, които да ощетяват туризма и подкопават неговата конкурентноспособност трябва да бъдат постепенно спирани или поправяни.

5. Доколкото икономическото положение на страните, от които те идват позволява, пътници трябва да имат достъп до обратими валути, нужни за техните пътувания.

## **Принцип 9: Права на работниците и предприемачите в туризма**

1. Основните права на работещите в туризма и свързаните с него дейности, трябва да са под надзора на националните и местни администрации. Сезонността на туризма трябва да се компенсира чрез гъвкавост на работата и сумата на заплащането.

2. Заетите в сферата на туризма имат правото да изискват първоначално и перманентно обучение и преквалификация. Те трябва да получат адекватна социална защита. Несигурността на работата трябва да бъде ограничена толкова колкото е възможно. Специфичен статус трябва да бъде предложен на сезонните работници в сектора.

3. Всеки е свободен да практикува комерсиални дейности свързани пряко или косвено с туризма. Предприемачи и инвеститори - специално в областта на малките и средно големи предприятия - трябва да бъдат в правото си на безплатен достъп до сектора с минимални юридическите или административни ограничения.

4. Обмяната на опит между служители в туризма от различни страни е жизнено важна с оглед на повишаването на качеството на услугите. Тази обмяна трябва да бъде улеснена толкова колкото е възможно съобразно приложимите национални закони.

5. Международните туристически предприятия трябва да бъдат лоялни конкуренти на местните такива. Големите туристически фирми трябва да подпомагат развитието на местната инфраструктура и намаляването на безработицата. В замяна на това те получават всички произтичащи от разширяването им изгоди.

6. Партньорството между предприятия на даващите и приемащите туристи страни допринасят за устойчиво развитие на туризма и справедливо разпространение на придобивките от неговия растеж.

## ***Принцип 10: Реализация на принципите на Глобалния кодекс за етика в туризма***

1. Обществените и частни инвеститори в туризма трябва да съдействат за реализацията на тези принципи и да наблюдават тяхното ефективно приложение.
2. Инвеститорите в туризма трябва да уважават ролята на международните институции и неправителствените организации с компетентност в сферата на туризма и неговото развитие, защитата на човешките права, околната среда или здравето.
3. Инвеститорите трябва да демонстрират тяхното намерение да изгледят каквито и да е противоречия, засягащи приложението или интерпретацията на Глобалният код за етика в туризма и да гарантират чрез поведението си устойчивото развитие на туризма.



**Добри практики за  
разработване на нови  
туристически продукти и  
дейности**





Добра практика	Восъчни фигури
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	<p>От древни времена восъкът се използва за различни цели – от балсамиране на мумии до предпазване на картини и фрески. Първите восъчни фигури се появяват в Париж през 1776, когато д-р Куртие организира малък музей за своята частна колекция. Това дава импулс за развитие на най-известния музей на восъчните фигури – Музея на Мадам Тюсо в Лондон. Мари Гросхолц, известна като Мадам Тюсо, работи първо в ателието на д-р Куртие, като покъсно създава своя собствена колекция и музей, който в последствие става едно от най-посещаемите места в Лондон. Музеи на Мадам Тюсо са открити в Амстердам, Ню Йорк, Лас Вегас, Шанхай, Хонг Конг.</p> <p>Високата посещаемост на Музея на мадам Тюсо доведе до разкриване на подобни музеи в страни като Русия, Чехия и Украйна.</p>
Източник на информация	Madame Tussauds Museum <a href="http://www.madame-tussauds.co.uk/">http://www.madame-tussauds.co.uk/</a>
Страна	Англия

Добра практика	Проект “Зелено училище”
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	<p>Институтът за интегриран селски туризъм в сътрудничество с RCEE, регионална екологична и образователна НПО, и Институтът за устойчиви общности, НПО от Монпелие, Върмонт, провеждат workshop по проблемите на селския туризъм на територията на гр. Плок, който се намира на около 120 км. в западна посока от Варшава по поречието на река Висла.</p> <p>Едно от предложенията е свързано с организирането на “зелени училища” от предприемачите, предлагащи туристически услуги в региона. “Зелените училища” са доказали своя успех при предоставянето на екологично образование на децата от градовете. Те ангажират образователни специалисти, които организират различни походи сред природата, в хода на които поднасят на децата съответната информация по увлекателен начин. Учениците придобиват нови знания и от разговорите си с местните жители, които им споделят лични истории и впечатления за живота в провинцията и за местните традиции и обичаи.</p>
Източник на информация	Institute for Integrated Rural Tourism <a href="http://www.integratedtourism.com/?poland">http://www.integratedtourism.com/?poland</a>
Страна	Полша

Добра практика	Поддържане на местните традиции и занаяти
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	<p>Остров Мурано се намира в непосредствена близост до Венеция. Мурано е търговско пристанище от края на 7 век, а от 10-ти век се е разрастнал до проспериращ търговски център със собствени валута, полиция и търговска аристокрация. През 1291, Венецианската Република, нарежда на занаятчиите стъклари да преместят своите работилници в Мурано, тъй като производството на стъкло е пожароопасно и рисково за дървените постройки на Венеция. По този начин се оформя едно средище на занаятчиите в стъklarския занаят. Днес остров Мурано е една от забележителностите на Венеция, задължителна спирка за повечето туристи, които се интересуват от ръчната изработка на стъklarски предмети. Освен да наблюдават майсторството на занаятчиите от острова, посетителите имат възможност да закупят ръчно произведени предмети – кристали, огледала, млечни кристали, инкрустирани сувенири, стъклени имитации на скъпоценни предмети и др.</p>
Източник на информация	<p>Murano Glass Factory  <a href="http://europeforvisitors.com/venice/articles/murano_the_glass_island.htm">http://europeforvisitors.com/venice/articles/murano_the_glass_island.htm</a></p>
Страна	Италия

Добра практика	Привличане на чуждестранни туристи
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	В село Малка Верея, Стара Загора селска фамилия посреща гости от Германия и Франция. Определен интерес за тях представлява организираната фолклорна програма „Тракийска сватба”, която дава възможност чужденците да се докоснат и да се запознаят със стари български обичаи и традиции
Източник на информация	Проучване на ст.н.с д-р М.Анастасова, ИАИ <a href="http://alternativi.unwe.acad.bg/br10/4.Minka%20At%20anassova.DOC">http://alternativi.unwe.acad.bg/br10/4.Minka%20At anassova.DOC</a>
Страна	България

Добра практика	Винен туризъм в Лясковец
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	Атракционно-дегустационен център е открит там на 13.02.2002 г. със средства по програмата "Възможности 21 век". Центърът е адресиран предимно към чуждестранния турист, предлагайки и възможности за конферентен/ бизнес туризъм, следвайки изградени вече подобни модели в Централна и Западна Европа.
Източник на информация	"Successful Practices in the Development of Small Size Tourism Businesses in Veliko Turnovo District of Bulgaria", In: (2002)
Страна	България

Добра практика	Посещения на предприятия
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	<p>Добра датска практика в сферата на туризма е обвързването на туризма с икономиката на страната. Много датски предприятия и организации са отворени за посещения на потенциални бизнес партньори и любознателни туристи. Така например в Дания може да посетите множество предприятия от различни сфери на икономиката – от ферми за екологично земеделие до пивоварни, от предприятия за прахово боядисване до стъklarски заводи, от занаятчийски работилници до културни организации. Туристите могат да се запознаят с начина на живот, технологията на работа, бизнес подхода в различни сфери на дейност.</p> <p>Интернет страницата за датски туризъм поддържа актуална база данни с възможности и препратки към сайтовете на отделните фирми.</p>
Източник на информация	The Official guide to Denmark with Danish Tourism and Travel Information <a href="http://www.visitdenmark.com">www.visitdenmark.com</a>
Страна	Дания

Добра практика	Организиране на романтични уикенди
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	Лас Дюнас Биич Хотел & Спа предлага романтични уикенди за двама. Хотелът примамава със своята богатата интернационална кухня, индивидуални спа процедури, разнообразни водни спортове и неповторима атмосфера на интимност. Това е едно отлично място, където младоженците могат да прекарат своя меден месец, а влюбените двойки да си кажат отново, че всичко от което се нуждаем е любов. Подобен туристически продукт се предлага в голяма част от първокласните европейски хотели, като хотел Schloss Fuschl в Австрия, Лордос бийч в Кипър, Феър Монте Карло в Монако, Палас в Дания и т.н.!
Източник на информация	Лас Дюнас Биич Хотел&Спа; Естепона, Марбела, Испания <a href="http://www.ghotw.com/hotel/romantic/las-dunas.htm">http://www.ghotw.com/hotel/romantic/las-dunas.htm</a>
Страна	Испания

Добра практика	Изграждане на тематични паркове
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	<p>Тематичният парк “Мини Швицер” в Лугано е един от парковете на миниатюрата, които обикновено са построени в мащаб 1:25 или 1:30. Представени са макети на забележителни сгради, паметници, църкви, крепости. В швейцарския национален парк туристите могат да се движат свободно и да разглеждат макетите. Концентрирането на известни забележителности на едно място дава възможност на посетителите да се запознаят с разнообразието на културно-историческото наследство, като същевременно</p> <p>Парковете на миниатюрата са достъпни за деца, възрастни, туристи с двигателни проблеми. Парковете допълнително провокират интереса на туристите за посещение на истинските сгради.</p> <p>Подобни паркове са изградени в Холандия, Великобритания, Чехия и други европейски страни.</p>
Източник на информация	Swissminiatur - Lugano <a href="http://www.tsitours.com/switzerland/swissminiatur-lugano.html">http://www.tsitours.com/switzerland/swissminiatur-lugano.html</a>
Страна	Швейцария

Добра практика	Изграждане на етнографски музеи и музеи на специфични занаяти
Категория	Разработване на нови туристически продукти и дейности
Описание	Музеят “Мюлерама” в Цюрих включва изложения на воденици, типове мелничари, видове и начини на приготвяне на брашно и хляб и всичко, свързано с историята на водениците и мелничарските продукти. В Музея на открито в Баленберг туристите могат да видят Швейцария такава, каквата е била преди 500 години. Със своите над 100 етнографски къщи, исторически градини, демонстрация на стари занаяти, над 250 селски животни, музеят в Баленгерг създава живописно впечатление за селския живот през отминалите дни.
Източник на информация	Музея Muehlerama - <a href="http://www.muehlerama.ch/">http://www.muehlerama.ch/</a> Музея в Баленберг - <a href="http://www.ballenberg.ch/e/index_bb_500.html">http://www.ballenberg.ch/e/index_bb_500.html</a>
Страна	Швейцария



# **Добри практики за развитие на природни атракции**



Добра практика	Исландия – света на природните чудеса
Категория	Развитие на природни атракции
Описание	Исландският туризъм е изцяло базиран на природните дадености. Исландия привлича чуждестранните туристи с чистотата на природата, топлите гейзери, причюдливите природни форми образувани от вулкани и глетчери, белите нощи през лятото, северното сияние през зимата, възможностите за наблюдаване на птици и китове и др. Исландците полагат целенасочени усилия за опазване на природата, като например развиване на възобновяеми енергийни източници и инвестиции в екологосъобразни производства.
Източник на информация	Icelandic Tourist Board <a href="http://www.visiticeland.com">www.visiticeland.com</a>
Страна	Исландия

Добра практика	Риболов в Норвегия
Категория	Развитие на природни атракции
Описание	<p>В Норвегия има над 300 вида риби, така че носете си въдица. Спортният риболов е популярна дейност като новервежка. Около половината на възрастното население ходи на риболов поне веднъж годишно. Треска и скумрия могат да се хванат в бреговете на Норвегия; съомга и пъстърва има в много реки; сладководните езера са богати на щуки, костури, змиорки и пъстърви. Норвежките туризъм предлага условия за океански риболов, речен риболов, риболов на дупка в леда. Разбира се туристите трябва да се съобразяват с правилата на Дирекцията за природен мениджмънт, указващи периодите и начините за риболов.</p>
Източник на информация	Official Travel Guide to Norway <a href="http://www.visitnorway.com">www.visitnorway.com</a>
Страна	Норвегия

Добра практика	Турове за наблюдение на птици
Категория	Развитие на природни атракции
Описание	<p>Румънският туроператор Ibis Tours предлага специализирани турове за наблюдение на птици по делтата на р. Дунав – едно от най-богатите места за наблюдение на птици. За 10 години, фирмата става най-успешния местен агент в областта на влажните зони около делтата на р. Дунав. Освен класическите маршрути фирмата предлага организиране на турове, според специфичните желания на туристите. Ibis Tours активно си партнира с местни места за подслон, фирми за предоставяне на специализирано оборудване под наем, туристически организации и др. Ключов фактор за успеха на този специализиран вид туризъм е сътрудничеството с осем партньора от Великобритания, Германия, Холандия и Белгия, специализирани в предлагането на турове сред дивата природа.</p>
Източник на информация	Ibis Tours <a href="http://www.ibistours.net/">http://www.ibistours.net/</a>
Страна	Румъния



# **Управленски добри практики**





Добра практика	Фокусирана държавна политика за опазване на исторически обекти
Категория	Управленски практики
Описание	<p>Historic Scotland е специализирана държавна туристическа организация, която се занимава с грижата и опазването на 75 обекта с национално историческо и културно значение. Организацията е ангажирана с маркетинга и популяризирането на културно-историческото наследство на Шотландия, като около 16% от приходите на организацията са предназначени за реклама на обектите, често в съчетание с Scottish Tourist Board.</p> <p>Historic Scotland провежда активна политика за насърчаване на опазването на исторически обекти, чрез обучение и предоставяне на безвъзмездна финансова помощ (грантове) в няколко направления – за възстановяване на исторически сгради, храмове, археологически разкопки, паметници и др.</p>
Източник на информация	Historic Scotland <a href="http://www.historic-scotland.gov.uk">www.historic-scotland.gov.uk</a>
Страна	Шотландия

Добра практика	Разясняване на посетителите на местната култура
Категория	Управленски практики
Описание	<p>Чрез подробни разяснения и демонстриране на културните традиции, гостите се запознават с традиционните ценности и близката връзка на местните хора и природата. Екскурзководите са подходящо обучени за справяне с различията между отделните култури, както и са способни да обяснят и демонстрират ценностите и ползите от различията в културите. Гостите обикновено оценяват откритостта на водачите и са учудени от познания на ескимоската общност за природата, като се опитват да научат повече от всяка среща с тях. Това разбира се повишава гордостта на водачите от тяхното родословие. Регионалната организация подкрепя местните общности с информация, организиране на посещения от известни лектори, организиране на информационни дни, на които се дискутират въпроси, свързани с повишаване на уменията на местните хора и подобрене на качеството на туристическите продукти.</p>
Източник на информация	<p>Sustainable Arctic Tourism  <a href="http://www.arctictourism.net/best_company/6.htm">http://www.arctictourism.net/best_company/6.htm</a></p>
Страна	Швеция

Добра практика	Регулярни проучвания на тенденциите в туризма
Категория	Управленски практики
Описание	<p>Още от 1949 г. във Франция редовно се правят анкети за ваканцията на французите и още оттогава се води статистика за посещенията на селата.</p> <p>От анкети, проучвания и анализ на туристическите потоци, генерирани в големите агломерации се установяват различни тенденции в развитие на туризма, профила на туристите, продължителността на престоя, техните предпочитания и др. Това дава много добра основа за планиране и разработване на нови туристически продукти</p>
Източник на информация	Френска Национална Федерация на туристическите офиси <a href="http://www.tourisme.fr/">http://www.tourisme.fr/</a>
Страна	Франция

Добра практика	Поддържане на задгранични туристически представителства
Категория	Управленски практики
Описание	Андора е малка държава намираща се между Франция и Испания, в самото сърце на Пиренеите. Площта ѝ е 468 кв.км., а жителите са около 65 000 души. С високата си надморска височина и изградената инфраструктура, Андора е изключително подходяща за любителите на скиите. Андора има богато културно-историческо наследство, повлияно от Франция и Испания, но непознато за повечето туристи. Туризмът е основния отрасъл в икономиката, като неговото развитие е приоритет за Правителството. Част от активната политика за насърчаване на туризма е разкриването и поддържането на държавни туристически представителства в страни с голям потенциал за посещения. За малка страна, Андора поддържа представителства във Франция, Испания и Белгия.
Източник на информация	Туризмъ Андора <a href="http://www.andorratoerisme.com/">http://www.andorratoerisme.com/</a>
Страна	Андора

Добра практика	Устойчиво управление на конферентен център
Категория	Управленски практики
Описание	<p>Sanga Säby Conference и Study Center са създадени като център за проучвания в земеделието преди около 50 години от National Swedish Farmers Union. Днес Sanga Säby Conference &amp; Study Center е самостоятелна компания, която е специализирана в организирането на конферентни прояви предлагаща условия за 350 човека, с ресторант със 150 места и 113 стаи за настаняване. Базата на компанията е разположена в Lake Mälaren на 35 км от Стокхолм, Швеция. Дейностите свързани с устойчивото управление на базата започват след екологичен одит предприет от ученици от местното училище, които продължават и след това да наблюдават и отчитат два пъти годишно напредъка на центъра по отношение на опазването на околната среда. Отличителната черта на центъра е постепенно внедряване на еко иновации в управлението на сградите и прилежащата инфраструктура: възобновяеми енергийни източници, използване на еко материали, пречистване и третиране на отпадъчни води и др.</p>
Източник на информация	"Environmental Good Practice in Hotels: Case Studies from the IHRA Environmental Award."
Страна	Швеция

Добра практика	Презентация на добри еко практики - EU Eco-label, на най-големия туристически панаир във Виена
Категория	Управленски практики
Описание	Презентация на добри еко практики е представено за 4 дена на най-голямото туристическо изложение в Австрия заедно с Austrian Eco-label на щанд от 50 кв. м. Щандът е посетен от Австрийското министерство на околната среда, което е информирано за основните дейности в устойчивия туризъм. Удовлетворяващ резултат в края на изложението: 133 000 посетители (най-големия брой в историята на изложението), които могат да намерят полезна информация и интересни предложения за своята лятна ваканция. За посетителите с търговска цел Reed Exhibitions Messe Wien заедно с Министерството на околната среда организира семинар „Устойчив ден в туризма”, включващ провеждането на дискусии и презентации. На този семинар специално внимание е отделено на представяно на EU Eco-label за услуги по настаняване.
Източник на информация	Ferienmesse Виена - Устойчив туризъм с бъдеще <a href="http://www.eco-label-tourism.com">www.eco-label-tourism.com</a>
Страна	Австрия

Добра практика	Създаване на Алианс за партньорство между Охрид и Преспа
Категория	Управленски практики
Описание	<p>ALLCOOP - Alliance for Lake Cooperation on Ohrid and Prespa фокусира своята дейност върху презентиране и подкрепа на трансграничните дейности по защита на околната среда в региона на езерата Охридско и Преспанско, целящи устойчиво развитие на региона. Подходът на работа на алианса включва развитието на трансгранично сътрудничество и координация на ниво местна власт, НПО и осигуряване на активното участие на местната общност. Като атрактивни туристически дестинации осигуряването на устойчиво управление на околната среда гарантира и устойчиво развитие на специфичен туристически продукт. Една от целите на алианса е развитието на еко туристически продукти.</p>
Източник на информация	<p>Alliance for Lake Cooperation on Ohrid and Prespa  <a href="http://allcoop.org.mk">http://allcoop.org.mk</a></p>
Страна	Албания / Македония / Гърция

Добра практика	Създаване на финансови механизми за запазване на биоразнообразието на Балканите
Категория	Управленски практики
Описание	Реализиран проект на територията на четири балкански държави за изграждане на публично-частни партньорства в дейности по запазване на биоразнообразието и стимулирането на еко-туристическия бизнес и еко-туризъм с елементи на екологично образование. Една от целите на проекта е и да се създаде иновативен механизъм за управление на защитените зони и за генериране на приходи. Партньорите в изпълнението на проекта работят за развитието на Балканския регион като международна дестинация за еко туризъм в защитени зони и за маркетинг на екологично образование.
Източник на информация	Alliance for Lake Cooperation on Ohrid and Prespa <a href="http://allcoop.org.mk/Projects/EnvEdu_EN.html">http://allcoop.org.mk/Projects/EnvEdu_EN.html</a>
Страна	Албания / България / Македония / Сърбия



Добра практика	Развиване на трансгранично партньорство
Категория	Управленски практики
Описание	<p>Национален парк “Татрзански” (Полша) и Националният парк Татра (Словакия) се намират в планината Татра – част от Карпатската планинска верига. Защитените територии в двете страни се посещават от над 3 млн. туристи (в Полша) и над 5 млн. туристи (в Словакия). Предизвикателство пред управлението на защитените територии е да бъде намерен баланса между нуждите на местните общности, развитието на туризма и защита на територии с цел съхраняване на биоразнообразието. Възприетият подход на работа е основан на трансграничното сътрудничество. Партньорството между двете страни предоставя допълнителни предимства по отношение, разработване и изпълнение на съвместни проекти, достъп до нови източници за финансиране (напр. PHARE СВС), по-висока ефективност на маркетинговите условия, по-добро управление.</p>
Източник на информация	<p>Global Transboundary Protected Areas Network  <a href="http://www.tbpa.net/case_06.htm">http://www.tbpa.net/case_06.htm</a></p>
Страна	Полша / Словакия

Добра практика	Туризм за хора с увреждания
Категория	Управленски практики
Описание	<p>Хората с увреждания обичат да пътуват и да прекарват своето време със семейството и приятели. За тях туристическите преживявания са много по-емоционални.</p> <p>Добра датска практика е предоставяне на информация, насочена към тази целева група. В Дания има над 1300 места, специално пригодени за туристи с увреждания. Актуална база данни се поддържа в страницата на Официалните пътеводител за Дания. Местните власти издават специализирани справочници с обекти, пригодени за хора с увреждания – музеи, ресторанти, транспортни средства и др. Освен забележителности, хората с увреждания могат да прекарат и свободното време сред природата. Датската агенция по горите и природата поддържа база данни с над 100 природни места за посещение, достъпни за хора с увреждания.</p>
Източник на информация	<p>The Official guide to Denmark with Danish Tourism and Travel Information</p> <p><a href="http://www.visitdenmark.com/international/en-gb/Menu/turist/inspiration/tilgaengelighed/di-sabled-in-denmark.htm">http://www.visitdenmark.com/international/en-gb/Menu/turist/inspiration/tilgaengelighed/di-sabled-in-denmark.htm</a></p>
Страна	Дания

Добра практика	Получаване на международно признат сертификат
Категория	Управленски практики
Описание	През месец октомври 2003 година, Дирекция Национален парк Централен Балкан получи сертификат за членство в Европейската мрежа от защитени територии PAN Parks, в т.ч. и правото да ползва запазената марка PAN Parks. Засега този сертификат е притежание на четири европейски паркови администрации. За посетителите с природозащитна култура марката на PAN Parks означава гарантирано високо качество на услугите и преживяванията сред дивата природа. В същото време знакът удостоверява, че туристите, които пребивават на съответната територия и местните хора, както и предлаганите туристически услуги не увреждат природата, а допринасят за нейното опазване. Същата загриженост се отнася и за културно-историческото наследство на региона.
Източник на информация	Стратегия за развитие на устойчив туризъм за региона на Национален парк “Централен Балкан”
Страна	България

Добра практика	Провеждане на гъвкава политика при управление на човешките ресурси
Категория	Управленски практики
Описание	Недостигът на квалифицирани кадри в областта на туризма е често срещан проблем на хотелите и ресторантите в България. Много млади кадри след придобиване на квалификация търсят реализация в чужбина. В случаите на напускане на специалисти в сферата на туризма, работодателят Новотел Пловдив не прекратява трудовите договори със своите обучени кадри, а ги оформя като дългосрочен неплатен отпуск. По този начин се създава една допълнителна възможност при евентуално завръщане от чужбина, служителят да се върне веднага на предишната си работа.
Източник на информация	Отдел ЧР в Новотел Пловдив
Страна	България

# **Добри практики за организационно развитие**



Добра практика	Обвързване на местната политика за развитие на туризма с националната туристическа концепция
Категория	Организационно развитие
Описание	Организирането и провеждането на туризъм в селска среда се осъществява както от държавни и частни организации, така и от такива на доброволни начала. Много голяма е ролята на местните териториални общности- общините. Още през 1964 г. общините в селските територии, които се занимават с туризъм, създават Асоциацията на “зелените курорти”. За да могат да съгласуват своите инициативи и действия членовете на тази асоциация свикват сесии, на които се разглеждат всички проблеми, свързани с тяхната дейност. Обменът на информация, опит, поставяне на проблемни въпроси и нови инициативи, благоустройството на територията - всичко това се съгласува с държавните органи на национално ниво.
Източник на информация	Асоциация на зелените курорти
Страна	Франция

Добра практика	Асоциацията за алтернативен туризъм-Арбанаси
Категория	Организационно развитие
Описание	Асоциацията за алтернативен туризъм в Арбанаси обединява малки и средни предприятия, както и физически лица, заинтересовани от подобряване качествата на туризма и предлаганите услуги в селището, а от там и повишаване на доходите от туризма. Сред приоритетите на дейност на Асоциацията са организацията на Международния фолклорен фестивал, като атракция за чуждестранните туристи, организиране на възможности за конен спорт, изграждане на екомаршрути и т.н.
Източник на информация	"Successful Practices in the Development of Small Size Tourism Businesses in Veliko Turnovo District of Bulgaria", In: (2002)
Страна	България



Добра практика	Изграждане на местна туристическа организация
Категория	Организационно развитие
Описание	Сдружение за екотуризъм “Централен Балкан” – Калофер е създадена в резултат на институционализирането на инициативна група от местни предприемачи - хотелиери, ресторантьори, занаятчии, планински водачи, представители на местна власт и служители на парка – в гр. Калофер. Сдружението работи за развитието на екотуризма в района на Национален парк “Централен Балкан”. Местната инициатива беше подкрепена от Американската агенция за международно развитие (AAMP), Програмата за подпомагане на бизнеса (FLAG) на Университета Делауер, Програмата “Красива България” на ПРООН, програмата world learning на AAMP, ДНП «Централен Балкан», програма SPA /small project assistance/, доброволци от корпуса на мира, Фондация “Работилница за граждански инициативи” и др. Калофер е носител на наградата за екотуризъм на сп. Конде Наст Травълър за 2004 г. и обявен за победител от «SKAL International Ecotourism Award» в категорията Градове – села за 2005 г.
Източник на информация	Държавна агенция по туризъм <a href="http://www.tourism.government.bg/bg/tour_bg.php?menuid=2&amp;id=45">http://www.tourism.government.bg/bg/tour_bg.php?menuid=2&amp;id=45</a>
Страна	България



# **Добри практики за маркетинг на туристически продукт**



Добра практика	Привличане на специфична целева група от туристи
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	Една от формите на екологосъобразния туризъм е познавателния туризъм. Специфична целева група туристи са орнитолозите и любителите на птици. Естонското Орнитологично Дружество се стреми чрез своята Интернет страница да предоставя актуална информация относно видовете птици на територията на Естония, възможностите за наблюдение, снимков материал, актуална информация и др. Дружеството развива различни инициативи за популяризиране на определен вид птици (напр. Птица на годината, актуализиране на карти за местообитания и др.)
Източник на информация	Estonian Ornithological Society <a href="http://www.eoy.ee/">http://www.eoy.ee/</a>
Страна	Естония

Добра практика	Организиране фотографски конкурс
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	Латвийската асоциация за селски туризъм “Lauku celotajs” организира конкурс за най-добра снимка, показваща най-вълнуващите и забавни моменти на участниците по време на тяхната почивка сред латвийската природа. Целта на тази инициатива е популяризирането на възможностите и атракциите на този вид туризъм чрез качването на всички получени снимки на специален web site <a href="http://www.celotajs.lv">www.celotajs.lv</a> .. За най-впечатляващата снимка организаторите са предвидили награда: безплатен уикенд за двама в селска къща, хижа или ваканционна вила в Латвия.
Източник на информация	Lauku celotajs <a href="http://www.celotajs.lv/cont/prof/pr/Eiropas_nedela_en.doc">http://www.celotajs.lv/cont/prof/pr/Eiropas_nedela_en.doc</a>
Страна	Латвия

Добра практика	Популяризиране на дестинация чрез инициативата Европейска столица на културата
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	Инициативата започва през 1985 г. от Съвета на министрите на ЕС. Идеята е да се покаже богатството, разнообразието и приликите на европейските култури по едно и също време. След избора на Люксембург за Европейска столица на културата през 1995 г., сега регионът се подготвя за втори път за предизвикателства – културни, икономически, туристически. Организационния комитет (Клуб 2007) е амбициран да управлява събитието по-ефективно. Някои от ключовите дейности за успеха на проекта са: привличане на допълнителни спонсори, подготовка на презентационни материали на региона на Люксембург, поддръжка на актуална и функционална Интернет страница за проекта на 3 езика (английски, френски, немски), улесняване бъдещия престой на туристите с актуална информация, привличане на доброволци за участие и др.
Източник на информация	Luxembourg – European Capital of Culture 2007 <a href="http://www.luxembourg2007.org/GB/index.html">http://www.luxembourg2007.org/GB/index.html</a>
Страна	Люксембург

Добра практика	Мобилна информационна система в туризма
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	<p>Туристическите информационни системи предоставят на потребителите информация от различен тип – текст, изображение, аудио и видео. Разпространените електронни информационни системи предоставят информацията само, когато потребителят има достъп до Интернет от настолен компютър. Мобилните информационни системи дават много по-голяма свобода на потребителя по отношение на време и място на достъп до нужната информация. Потребителите, притежаващи мобилни устройства, могат да получат информация за даден туристически обект непосредствено пред обекта или на друго място и във време, удобно за тях, чрез използване на WAP протокола. Предлагаият WAP сайт може да се използва от всеки потребител, разполагащ с мобилен телефон или джобен компютър. Единствените действия, които потребителят трябва да извършва са да проследява предложените му хипервръзки (линкове).</p>
Източник на информация	<p>Втората национална конференция по електронно обучение във висшето образование  <a href="http://www.ncde.gea.uni-sofia.bg/">http://www.ncde.gea.uni-sofia.bg/</a></p>
Страна	България



Добра практика	Хубавите неща се споделят
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	В алпийското конгресно селце Алпбах, Австрия, домакинята на къщата за гости “Еделвайс”, фрау Мозер, поддържа традицията да подарява на своите гости сувенирно шишенце с националната напитка шнапс (Schnaps) и картичка, с която им благодари, че са избрали нейната къща и ги кани да я посетят отново през зимата, съответно лятото. Този малък жест създава приятни спомени и е повод за споделяне от нейните гости с техни приятели.
Източник на информация	Пансион Еделвайс <a href="http://www.tiscover.at/edelweiss.alpbach">http://www.tiscover.at/edelweiss.alpbach</a>
Страна	Австрия

Добра практика	Възможности в последната минута
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	<p>Германците са една от най-активните туристически нации. Германският турагент Travel 24.com предлага възможности за екскурзии в последния момент (last minute). Идеята е туроператорите да могат да запълнят изцяло своите туристически групи. От друга страна, ценовите оферти са значително по-изгодни за туристите. Инициативата last minute е успяла да формира един напълно нов тип туристи, които изчакват изгодни оферти за интересни дестинации. Travel24 поддържа актуална Интернет страница, на която могат да бъдат проверени текущите оферти. Организирано е добро търсене в сайта по периоди, места за отпътуване, желани дестинации, цени и др.</p>
Източник на информация	Travel 24 <a href="http://www.travel24.com">www.travel24.com</a>
Страна	Германия

Добра практика	1-дневни орнитологични и общоприродопознавателни турове
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	<p>За да привлекат повече туристи на територията си, дивечовъдни станции, лесничействата, както и управите на ловните стопанства (и природните резервати) биха могли да обособят маршрути (с продължителност на обхода от половин до цял ден), по които могат да се наблюдават лещарка, както и други атрактивни птици като черен, сив, белогръб и среден пъстър кълвач, белогуш дрозд, сокерица, кръсточовка, дневни и (при определени условия) нощни хищни птици, красиви цветя.</p> <p>Водещи услуги в пакета: специализиран водач (при необходимост и преводач); пакетиран обяд; предоставяне на информационни материали.</p> <p>Съпътстващи услуги в пакета: местен транспорт; настаняване и хранене (извън обедния пакет); транспорт на туристите до и от дестинацията;</p> <p>Препоръчителен брой на туристите (от гледна точка на успеваемост и рентабилност): 8-10 души</p>
Източник на информация	Д.Георгиев,2005
Страна	България

Добра практика	Многоезична поддръжка на Интернет страница
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	Интернет страницата <a href="http://www.visitportugal.com/">http://www.visitportugal.com/</a> е официалния сайт на Португалия за туризъм. Той е началната точка на Интернет потребителят интересуващ се от Португалия като дестинация. Целта на сайта е да предостави възможно най-обширна и актуална информация относно възможностите за бизнес и почивка в страната. Ключов фактор за успеха на Интернет сайта е поддръжката на 7 езика – португалски, английски, испански, немски, френски, италиански, холандски. Езиковата поддръжка е насочена към типичните посетители на страната – туристи от Европа, Северна и Южна Америка.
Източник на информация	Portugal Official Tourism Website <a href="http://www.visitportugal.com/">http://www.visitportugal.com/</a>
Страна	Португалия

Добра практика	Издаване на месечен бюлетин
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	<p>Белгийският туристически офис използва съвременна маркетингова техника на туристически продукти – издаване на актуален месечен бюлетин. Той съдържа актуална информация относно предстоящи събития, промоции и интересни предложения в сферата на туризма. Организиран изключително семпло и неангажиращо (за всяко събитие по една снимка и текст в рамките на един параграф, със задължителен линк към страница с повече информация за събитието), бюлетинът е изключително подходящ за бързо информиране за новостите в Белгия. Бюлетинът е подходящ за чуждестранни турагенти и индивидуални посетители. Абонаментът за бюлетина е безплатен. Предоставена е възможност за отказ от абонамент.</p>
Източник на информация	<p>Belgian Tourist Office  <a href="http://www.visitbelgium.com">www.visitbelgium.com</a></p>
Страна	Белгия

Добра практика	Изработване на общи рекламни материали
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	Подготовка на единни карти или ръководство на посетителя за природни паркове разположени на територия на две страни. Такъв пример е общата политика, която провеждат Германския Баварски национален парк (Bayerischewald National Park) и чешкия Национален парк Сумава (Šumava National Park). Материалите се отпечатват на два езика и обхващат природните забележителности и туристически обекти в двете страни.
Източник на информация	The IUCN/Cardiff series of Protected Area Management Guidelines <a href="http://www.tbpa.net/docs/pdfs/IUCN_TBPA_guidelines2.pdf">http://www.tbpa.net/docs/pdfs/IUCN_TBPA_guidelines2.pdf</a>
Страна	Германия / Чехия

Добра практика	Централизирана система за резервации
Категория	Маркетинг на туристически продукт
Описание	Scottish Tourist Board (STB) е главната институция, която отговаря за управлението, маркетинга и развитието на туризма в Шотландия. Подробен списък на средствата за настаняване и техните капацитети се поддържа от STB. Регистрирането им не е задължително, но осигурява безплатна реклама в уебсайтовете и брошурите на организацията. Интернет страницата поддържа много добра система за търсене – по региони, вид места за настаняване, период за настаняване и др. Максимално улеснено са резервациите онлайн.
Източник на информация	Scottish Tourist Board <a href="http://www.visitscotland.com/">http://www.visitscotland.com/</a>
Страна	Шотландия

# **Държавни институции и браншови организации, ангажирани с развитието на туризма**

## **Държавна агенция по туризъм**

Според Закона за туризма, Министерския съвет (МС) определя държавната политика в областта на туризма. Специализиран орган на МС за ръководство, координиране и контрол в областта на туризма е Държавната агенция по туризъм. Основните задължения на Агенцията са:

1. разработва краткосрочни концепции и програми за развитие на туризма и предлага на Министерския съвет за приемане стратегия за развитие на туризма;
2. организира и координира контрола върху качеството на туристическия продукт; извършва регистрация за туроператорска или туристическа агентска дейност и категоризация на туристически обекти в предвидените от закона случаи;
3. разработва и контролира изпълнението на годишната програма за разходване на средствата за държавното финансово подпомагане на



- развитието на туризма, в т. ч. на годишната програма за национална туристическа реклама;
4. провежда съвместно с компетентните ведомства държавната политика по отношение на обучението и повишаване квалификацията на кадрите в туризма;
  5. подпомага дейността по привличане на инвестиции и за реализиране на проекти за развитие на туризма на национално, регионално и местно равнище; съдейства за изграждането и поддържането на инфраструктурата, свързана с туризма;
  6. взаимодейства с органите на местното самоуправление и местната администрация и с областните управители при осъществяване на правомощията им в сферата на туризма;
  7. представлява Република България пред международните органи и организации в областта на туризма и изпълнява и координира изпълнението на задълженията на Република България, произтичащи от членството ѝ в международните органи и организации;
  8. участва в разработването, оценяването и контрола върху изпълнението на програми и проекти, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
  9. осъществява методическото ръководство на дейността на регионалните и местните туристически информационни центрове;
  10. взаимодейства със съответните ведомства и организира съвместната дейност по развитието и утвърждаването на отделните видове туризъм;
  11. организира създаването и поддържането на единната система за туристическа информация,

- включително на Националния туристически регистър;
12. ръководи Националния съвет по туризъм;
  13. издава правилниците за дейността на Експертната комисия по регистрация на туроператори и туристически агенти (ЕКРТТА) и на Експертната комисия по категоризация на туристически обекти (ЕККТО) и организира и ръководи дейността им в качеството си на техен председател;
  14. взаимодейства със службите по търговско-икономическите въпроси към дипломатическите и консулските представителства на Република България за популяризирането на българския туризъм в чужбина и координира дейността на българските културни институти и дружества в чужбина по популяризирането на българското културно-историческо наследство;
  15. осигурява информационното обслужване и подпомага участието на български фирми в панаири и прояви, свързани с туризма;
  16. разработва и участва в обсъждането на проекти на нормативни актове в областта на туризма;
  17. съвместно с председателя на Комисията по търговия и защита на потребителите представя ежегодно в Министерския съвет доклад за резултатите от контролната дейност по закона;
  18. представя ежегодно в Министерския съвет доклад за дейността на агенцията.

## Национален съвет по туризма

Национален съвет по туризъм е държавно-обществен консултативен и координационен орган към председателя на Държавната агенция по туризъм. Председател на Националния съвет по туризъм е председателят на Държавната агенция по туризъм или оправомощено от него длъжностно лице. В състава на Националния съвет по туризъм участват представители на: държавата, туристически сдружения, сдружения на въздушни, сухопътни и водни превозвачи, национално представените сдружения на потребителите в Република България, Националното сдружение на общините в Република България. Националният съвет по туризъм: утвърждава годишната програма за разходване на средствата за държавното финансово подпомагане на развитието на туризма, в т. ч. на годишната програма за национална туристическа реклама; координира осъществяването на националната реклама в областта на туризма; обсъжда разработени концепции и програми за развитие на туризма в страната; дава становища по проекти на нормативни актове и прави предложения за тяхното изменение, допълнение или отмяна; обсъжда въпроси, свързани с изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура и привличането на чуждестранни инвестиции в туризма; обсъжда готовността на българските авиопревозвачи за изпълнение на чартърните им програми; обсъжда и анализира подготовката за туристическите сезони и резултатите от тях; обсъжда резултатите на контролните органи и дава препоръки за подобряване работата на контролните органи; обсъжда въпроси и дава препоръки за подобряване защитата на потребителите на туристически услуги.

## Органи на местно самоуправление

**Общинският съвет** приема програма за развитие на туризма на територията на съответната община в съответствие с приоритетите на националната стратегия и съобразно местните туристически ресурси и потребности.

**Кметът на общината:** създава и ръководи консултативен съвет по въпросите на туризма; създава общинска експертна комисия по категоризиране на туристическите обекти, в чийто състав половината от членовете са представители на туристически сдружения, работещи на територията на общината, ако има такива; определя категорията на туристическите обекти по предложение на общинската експертна комисия по категоризиране; създава и поддържа регистър на категоризираните туристически обекти; заверява регистрите за настанените туристи на лицата, извършващи туристическа дейност хотелиерство на територията на общината; съдейства за рекламата на туристическия продукт на общината; организира информационното обслужване на туристите, включително чрез създаване на туристически информационни центрове или бюра; съдейства за поддържането и опазването на природните и културно-историческите обекти на територията на общината; осъществява контролни функции в предвидените в този закон случаи; съдейства на държавните органи при провеждането на политиката в туризма и извършването на контрол върху качеството на туристическия продукт на територията на общината.

## Туристически сдружения

Сдруженията се създават на териториален и професионален принцип и могат да бъдат: национални, регионални и местни сдружения или браншови и продуктови сдружения.

Те представляват и защитават интересите на членовете си пред съответните органи на централната и местната администрация и на местното самоуправление; участват в разработването на стратегии и програми за развитието на туризма в национален мащаб, на територията на региона и на общината и съдействат за тяхното изпълнение; съдействат за рекламата на туристическия продукт; съдействат за изграждането и функционирането на туристически информационни центрове или бюра; участват с представители в ЕККТО; участват с представители в ЕКРТТА; съдействат за повишаването на професионалната квалификация на кадрите в туризма; участват в контрола по спазването на нормативните актове в областта на туризма; регламентират професионалната етика в туризма и недопускането на нелоялна конкуренция между и по отношение на своите членове и сезират компетентните органи за извършени нарушения на законодателството.

Туристическите сдружения подпомагат работата на държавните и на местните органи за осъществяване на политиката в областта на туризма и в управлението и контрола върху качеството на туристическия продукт.

## Българска асоциация на туристическите агенции /БАТА/

БАТА е създадена през 1992 година. Членове в нея са над 200 компании с доказан професионален опит в дейности на туроператорството и другите дейности, които се отнасят пряко или индиректно към туризма. Асоциацията, която представлява, асистира и защитава интересите на нейните членове. Тя участва в работата на международни организации по туризма, координира и насърчава участието на неговите членове в национални и международни събития. БАТА е член на СФАТА - Световната федерация на асоциациите на туристическите агенции: руската РАТА, американската АЩТА, португалската ПАТА, японската ТА. БАТА е в сътрудничество с СТЧМ (Сътрудничество за туризма на Черно море) и е координатор за издаване на карти на СФАТА. Тя има регистрирана собствена икономическа структура, която е лицензиран туроператор и туристическа агенция и асистира на членовете на БАТА в организирането на събития и обучения.

## Българска туристическа камара (БТК)

Асоциацията с нестопанска цел е създадена през 1990 година. Камарата има комисии, предназначени за консултации в хотелиерството, ресторантьорството, обучение на персонал и решаване на икономически проблеми на туристическите компании. В момента има над 800 членове. Има районни структури в градовете Варна, Бургас, Пловдив, Плевен и Велико Търново. Член е на Българската промишлена асоциация.

## Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация (БХРА)

Неправителствена асоциация, която организира, координира и насърчава развитието на частен хотелиерски и ресторантьорски бизнес за страната. Асоциацията развива дейностите на нейните членове и популяризира техните постижения и капацитети в България и навън. Тя наблюдава професионалната етика, принципите на лоялната конкуренция между неговите членове и асистира за вдигане техните квалификации.

## Българска асоциация за алтернативен туризъм (БААТ)

Неправителствена асоциация, която асистира при развитието на алтернативни видове туризъм - селски, еко, планински, културен, религиозен и други. Тя координира интересите и действията на агенциите относно оформянето и прилагането на продукта на туризма в съответните му алтернативни измерения.

## Българска асоциация за селски и екологичен туризъм (БАСЕТ)

Основни задачи са повишаването на провинциалния и екологичен туризъм, развиването на туризъм в градчета и райони със запазени естествен и екологичен облик.

# Неправителствени организации, занимаващи се с екотуризм

## Национални организации

Съюз на Българската Туристическа Индустрия  
Национален Туристически Борд  
Българска асоциация за алтернативен туризъм (БААТ)  
Българска асоциация за селски и екологичен туризъм (БАСЕТ)  
Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация (БХРА)  
БТК  
БАБ  
БАКЕСТ  
НАБТ  
Национална Спа организация  
Национален хотелиерски мениджмънт клуб  
Сдружение на ИАТА агенциите в България  
Асоциация на екскурзоводите  
Сдружение на планинските водачи  
Български туристически съюз  
Българско дружество за защита на птиците  
Федерация “Зелени балкани”  
Сдружение за дивата природа “Балкани”  
Фондация “Българо-швейцарска програма за опазване на биоразнообразието” и природозащитни центрове  
Фондация “ТАЙМ-Екопроекти”  
Фондация за развитие на гражданско общество  
Информационен и учебен център по екология – София  
Сдружение “Природа назаем” – София  
Национално сдружение за устойчиво развитие “Добри алтернативи”  
Национална мрежа за бизнес развитие



## **Регионални организации**

### *Североизточен район*

Фондация “Мейдей” – Варна

Младежка еко организация “Екомисия” – Варна

Клуб “Приятели на морето” – Варна

Обществен център за околна среда и устойчиво развитие  
– Варна

Варненска туристическа камара

Сдружение “Приятели на Бяла” – Бяла

Сдружение за туризъм – Тутракан

Инициативна група за устойчиво развитие – Силистра

Съвет по туризъм – Балчик

Фондация “Ле Балкан” – Шабла

Варненски свободен университет - Варна

### *Северен централен район*

РТА “Стара планина” и местни Сдружения по туризъм

Сдружение “Природа” – с. Рибарица

Сдружение “Бъдеще за Здравковец” – с. Здравковец

### *Северозападен район*

Клуб “Приятели на ПП “Врачански Балкан”

Младежко сдружение за развитие на община Етрополе

Съвет по туризъм – Чипровци

### *Югоизточен район*

Бургаска регионална туристическа асоциация

Бургаска търговска камара

Бургаска асоциация за екологичен и селски туризъм

### *Южен централен район*

Пловдивски университет

Център за устойчиво развитие на планината – Смолян

Съвет по туризъм – с. Могилица

Агенция за регионално развитие – Смолян  
Родопска хотелиерска и ресторантьорска асоциация  
Асоциация “Пътища на родопските майстори”  
Център за развитие на община Златоград  
Регионален образователен център 21 – Златоград  
Фондация “Триград”  
Сдружение “Партньори за местно развитие” – Девин  
Сдружение “Партньори за местно развитие” – Мадан  
Център за местно развитие – Бухово  
Бизнес център Девин  
Младежка еко организация “Родопи” – Широка лъка  
Сдружение “Традиционна култура и устойчиво развитие” – Чепеларе  
Център за бизнес и информация – Велинград  
Женско дружество за човешки права и етническа толерантност – Баните  
Сдружение “Уникални Родопи” – Баните  
Източно родопска туристическа асоциация – Кърджали  
Туристически и природозащитен център – Карлово  
Сдружение за екотуризм “Централен Балкан” - Калофер  
Регионална туристическа асоциация “Родопи”

#### *Югозападен район*

Пирински туристически форум  
Фондация “Златна Струма” – Сандански  
Бизнес инкубатор – Гоце Делчев  
Сдружение за екотуризм “Рила” - Самоков