



**УИКЕНД ТУРИЗМЪТ В СЕЛСКИ ЗОНИ – МОДА ИЛИ НЕОБХОДИМОСТ**  
**WEEKEND TOURISM IN RURAL AREAS – FASHION OR NECESSITY**

**Иван Килимперов**  
**Ivan Kilimperov**

**E-mail: kilimperov@abv.bg**

**Abstract**

From the beginning of the new millennium life has become more and more dynamic and busy. People are forced to have more than one job to secure the necessary standard or the lifestyle they want. This inevitably affects vacation. Due to the lack of sufficient free time and/or financial means more and more people prefer shorter holidays. All this has given a new impetus to the development of weekend tourism.

Bearing in mind another trend in the development of contemporary tourism – the demand for non-conventional tourist services that offer quietness, contact with nature, human communication, complete detachment from urban lifestyle, etc., it can be concluded that weekend tourism in rural areas will gain more and more popularity in Bulgaria. This is precisely the main purpose of this presentation – to examine the degree of popularity of weekend tourism in rural areas (considering the example of the city of Plovdiv) and to give an answer to the question: "What attitudes influence its development – the new attitudes in tourism or the need of a vacation?".

**Key words:** vacation, weekend tourism, research, rural area.

**Същност и особености на уикенд туризма.**

**Уикенд туризъм в селска зона**

Разграничаването на отделните видове и форми на туризма е сложен и трудоемък процес. В зависимост от избраните критерии и целта на анализа даден вид туризъм може да се разглежда като подвид или като форма на туризма. Възможни са и комбинации между различни видове туристически услуги. Например настаняването може да се осъществи в селска къща или семеен хотел на село, но основната цел на пътуването да не е отпих в селски район. Често това се наблюдава в с. Стойките например. Поради наличието на лифт до курорта Пампорово и поради значително по-ниските цени на услугите селото е предпочитано за настаняване през зимата, но самото село рядко е основен обект на посещение. При подобна ситуация е трудно и спорно определянето на практикувания вид (или форма на) туризъм – дали е селски туризъм, дали е спортен (ски) туризъм, дали е планински зимен туризъм и пр.

Подобна е и ситуацията при дефинирането на уикенд туризма. В зависимост от подбраните критерии той може да се разглежда и като подвид туризъм и като форма на туризма. Ако основният критерий е продължителност на почивката, то тогава уикенд туризмът може да се дефинира като подвид на краткотрайния туризъм, осъществяван през свободните уикенди.

Когато критерий е географското местоположение на обекта, основният мотив на пътуването или друг, свързан с определени детайли от пътуването (обект, дейност, място на настаняване, определена услуга или продукт и пр.), уикенд туризмът може да се определи като форма на даден вид или подвид туризъм, която форма е с продължителност 2–3 дни.

На тази база уикенд туризмът в селска зона може да се определи като форма на селския туризъм, която представлява пътуване до избран туристически обект, локализиран в селска зона през свободните уикенди или удължени уикенд почивки. Те вече са характерни и у нас през последните години, когато по решение на работодателите или законодателните органи уикенд почивката се удължава предвид настъпващи празнични дни, обявени предварително за неработни (Великден, Коледа, Гергьовден и др.).

По силата на дадената дефиниция уикенд туризмът в селска зона може да се разглежда и като форма на аграрния туризъм, като на преден план тук е посещението на определена ферма, независимо от основната цел на посещението на въпросната ферма – дали е проследяване на традициите и развитието на определено производство, дали е снабдяване с хранителни продукти директно от фермата, дали е с цел разтоварване и т.н.

Основата е в продължителността на пътуването, а акцентът е върху календарната диспозиция (през уикендите) и района на териториалната локализация на посещавания обект – селска зона. В тази връзка следва да се дефинира и понятието „селска зона“.

Изходна точка е селският район. Според българското законодателство (Наредба №14 от 01.04.2003) за селски район се приемат „общините, на чиято територия няма град с население над 30 000 души и гъстотата на населението е под 150 души/км<sup>2</sup>“. Според посочените критерии почти всички общини се „вписват“ в дефиницията за селски район. Тук обаче има и един съществен пропуск. Немалко от малките градове или части от градовете имат типични белези на села по начина на живот. Освен това тази дефиниция изключва редица населени места, които може да се дефинират като самостоятелно обособени райони. Пример за това е община Асеновград – по данни от преброяването през 2011 г. гр. Асеновград е с население от почти 51 000 жители и следователно територията на община Асеновград не може да бъде определена като селски район. Съществуват и други подобни примери.

Ето защо е наложително преосмисляне на дефинициите и критериите и въвеждане на нова терминология с цел преодоляване на посочения проблем. В тази връзка може да се въведе понятието *селска зона*. Селската зона е селската територия на всяка една община (адаптирано от *Atanasova-Chopova, 2007*), в която са характерни условията на селската среда –

селската самобитност, икономически активности, характерни за селата (селскостопански дейности), характерен бит и норми на поведение, хуманизъм и др.

По този начин, чрез използването на понятието „селска зона“, до голяма степен ще се „изчисти“ терминологията и ще се създаде възможност за развитие на селскотуристически услуги и на територията на села, намиращи се в непосредствена близост до големи градове и утвърдени курорти. Дори като селски зони биха могли да се третират и някои части от градовете, в които са характерни селските черти в начина на живот (например гр. Куклен, кв. Прослав и др.).

#### **Място на уикенд туризма в селски зони в ежедневието**

За да се изведе мястото и ролята на уикенд туризма в ежедневието на хората, беше проведено пилотно проучване на територията на гр. Пловдив, обхващащо 100 респонденти<sup>1</sup>. Целта е да се изведат основните насоки и да се проследи интензивността на практикуване на уикенд туризъм в селски зони. На базата на събраната информация може да се направят и съответните изводи, които да послужат за по-задълбочено проучване в тази насока. За целта на настоящата статия ще се направи и сравнителен анализ, базиран на проведено през 2008/2009 г. авторско проучване, свързано с практикуване на уикенд туризъм в селски зони (Kilimpegov, 2009).

По отношение на възрастта се наблюдава относителен баланс между предварително определените възрастови групи, като очаквано преобладават хората между 19 и 50 навършени години. Що се отнася до семейното положение, преобладаващата група е тази на семейните. Обобщената информация е представена в таблица 1.

Следващият профилиращ показател е образованието. Преобладават добре образованите, като общо 45% от анкетираните са с висше образование (съответно 35% са завършили университет, а 10% – колеж). От останалите 16% са с основно образование и 2% с по-ниско от основното. Резултатите са обобщени в таблица 2.

**Таблица 1**

Възрастова структура и семейно положение на анкетираните

<b>ПОКАЗАТЕЛ/РЕЗУЛТАТ</b>					
<b>№</b>	<b>Възраст</b>	<b>Бр.</b>	<b>№</b>	<b>Семейно положение</b>	<b>Бр.</b>
1.	До 18 навършени години	14	1.	Семейни	68
2.	От 19 до 35 навършени години	37	2.	Несемейни	15
3.	От 36 до 50 навършени години	22	3.	Разведен/а	5
4.	От 51 до 65 навършени години	16	4.	Вдoveц/вдовица	12
5.	Над 65 навършени години	11	5.	<b>Общо</b>	<b>100</b>
6.	<b>Общо</b>	<b>100</b>			

<sup>1</sup>Големината на извадката не е изчислявана, тъй като се касае за пилотно проучване. Самото проучване е направено по анкетния метод, като анкетните карти са попълнени „на терен“. Изборът на респондентите е на случаен принцип.

Таблица 2

## Образование и доходи на анкетираните

ПОКАЗАТЕЛ/РЕЗУЛТАТ					
№	Образование	%	№	Доходи, лв.	%
1.	Висше (университет)	35	1.	До 300 лв.	20
2.	Висше (колеж)	10	2.	От 301 до 500 лв.	40
3.	Средно гимназиално	16	3.	От 501 до 700 лв.	21
4.	Средно професионално	21	4.	От 701 до 1000 лв.	10
5.	Основно	16	5.	Над 1000 лв.	9
6.	По-ниско от основното	2	6.	<b>Общо</b>	<b>100</b>
7.	<b>Общо</b>	<b>100</b>			

От данните в таблица 2 ясно се вижда, че доходите на анкетираните варират около и малко под средните за страната, следователно анкетираните лица имат възможност да практикуват уикенд туризъм, следователно получените резултати може да послужат като основа за по-задълбочено изследване.

От таблицата се вижда, че най-често срещаният доход е между 301 и 500 лв. на човек, като в неформални разговори голяма част от респондентите разкриват, че доходите са в горната граница на поставения интервал. Не са малко и случаите с доходи над 500 лв. – общо 40% от анкетираните. Като **среден доход на анкетираните** се получава сумата от **521,36 лв.**

Имайки предвид, че в провинцията средната работна заплата варира между 500 и 600 лв., в случая може дори да се твърди, че доходите на анкетираните варират **около и малко над средните за района** (гр. Пловдив). Следователно **възможностите им за практикуване на уикенд туризъм в селски зони може да се определят като добри.**

Следва разделяне на практикуващи и непрактикуващи уикенд туризъм в селски зони. Според резултатите от пилотното проучване 69% от анкетираните практикуват уикенд туризъм в селски зони, а 31% – не. От тези, които не практикуват уикенд туризъм в селски зони, 74,19% са готови да го практикуват при наличие на съответните условия (свободно време, финансови средства, място за пребиваване). Останалите 25,81% не проявяват интерес към уикенд туризма, в частност – този, осъществяван в селски зони.

В сравнение с проучването, проведено през 2008/2009 г., се наблюдава тенденция към повишаване на интереса към уикенд туризма в селски зони. Резултатите тогава са съответно 55,37% практикуващи и 44,63% непрактикуващи. Общият сбор е под 100%, тъй като проучването обхваща и други проявления на туризма, по-конкретно – крайградски туризъм. Въпреки това повишаването на интереса към уикенд туризма е чувствително – с почти 14%. Разбира се, трябва да се има предвид, че настоящото изследване е пилотно и е с големина на извадката 100 души. Резултатите са обобщени в таблица 3.

Таблица 3

Място на уикенд туризма в селски зони в ежедневието

Практикуващи УТ в СЗ	2008/2009	2014
Да, в %	55,37	69
Не, в %	44,63	31
<b>Биха практикували<sup>1</sup></b>		
Да, в %	78,15	74,19
Не, в %	21,85	25,81

Забележка: УТ в СЗ – уикенд туризъм в селски зони;  
1 – от непрактикуващите.

От практикуващите уикенд туризъм в селски зони немалка част нямат възможност да практикуват ваканционен туризъм и откриват възможности за задоволяване на потребността си от туризъм в уикенд туризма в селски зони. 31,88% от практикуващите уикенд туризъм в селски зони ползват и по-дълготрайни почивки. Останалите 68,12% не практикуват ваканционен туризъм.

Що се отнася до основните причини за невъзможността за по-дългосрочни почивки – резултатите са посочени в таблица 4. Визират се най-вече липсата на достатъчно свободно време и достатъчно финансови средства. Водеща причина е липсата на свободно време, като резултатите от пилотното проучване са почти идентични с изследването през 2008/2009 г. – съответно 46,38% и 45,88%. При ограничителното условие „липса на достатъчно финансови средства“ се наблюдава чувствителен ръст с малко над 10%. Той може да се обясни, от една страна, с икономическата обстановка в страната през последните 4–5 години, а, от друга – при изследването през 2008/2009 г. са посочени повече фактори, което до известна степен „размива“ резултатите по отношение на изследваните и в пилотното проучване ограничителни условия.

Таблица 4

Основни ограничителни условия за практикуване на ваканционен туризъм, в %

Фактор \ Период	2008/2009	2014
Липса на свободно време	45,88	46,38
Липса на финансови средства	20,00	30,43
Липса на свободно време и финансови средства	17,65	23,19
Общо	*	100

\* – сумата е под 100% поради наличието и на други ограничителни условия

За целта на анализа и изводите от представеното проучване важни са и основните мотиви за предприемане на пътуванията при уикенд туризма в селски зони. Данните са обобщени в таблица 5.

**Таблица 5**

Основни мотиви за предприемане на пътуванията при уикенд туризма в селски зони, по години в %

Мотив	Период	2008/2009	2014
Отсядане в планински район		52,54	55,07
Наличие на водни площи		42,41	46,38
Селска самобитност		37,97	47,83
Бягство от ежедневието		61,40	76,81

*Забележка. Сумата на процентите по години надхвърля 100%, защото респондентите имат възможност да дават повече от един отговор.*

От таблицата се вижда, че и при двете изследвания основен мотив е „бягство от ежедневието”. Налице е дори тенденция към увеличаване на тежестта на този мотив – през периода 2008/2009 г. бягството от ежедневието е основен мотив за 61,40% от практикуващите уикенд туризъм в селски зони, а през 2014 г. – за 76,81%. Това може да се обясни донякъде с популяризирането на уикенд туризма в селски зони като форма на оползотворяване на седмичната почивка, както и с повишаващата се динамика на живота и все по-силното въздействие на стресовите фактори. Т.е. все по-често градските жители търсят условия за почивка, предлагащи коренно различие от градските условия за живот. Това следва да се „третира” и като задължително за изпълнение условие при подготовката на туристическото предложение – туристическият продукт, както и обстановката на пребиваването, трябва да предлагат коренно различие от ежедневието.

„Селската самобитност” като мотив през 2008/2009 г. е посочвана като мотив от 37,97% от практикуващите уикенд туризъм в селски зони. През последните години този мотив търпи „своето развитие” и през 2014 г. се посочва сред основните мотиви за предприемане на пътуванията от 47,83%. Това отново е атестат за популяризирането на селата и селските зони като дестинация за туризъм. Освен това доказва и твърдението, че уикенд туризмът е една от основните форми на навлизане на туризма в ежедневието (Kilimperov, 2009).

В крайна сметка тази тенденция следва и определена логика. При непрекъснато увеличаващата се динамика на работното място и в ежедневието начин на живот в града, както и все по-засилващата се изолация между хората и електронното общуване, градският тип човек изпитва необходимост от попадане в по-приятелска среда. Среда, изпълнена със спокойствие, хуманизъм, природни елементи и предлагаща коренно различие от ежедневието. Т.е. търсената среда за почивка трябва да е близка до

естествената среда за живот на човека – биосферата. Подобни условия предлага селската среда.

Имайки предвид намаления фонд свободно време и ограничените финансови ресурси, все по-актуални стават краткотрайните пътувания (уикенд и удължени уикенд почивки), които предлагат различие и възможности за краткотрайни забавления на сравнително по-ниски цени. Всичко това се асоциира с уикенд туризма в селски зони. Обикновено предлаганите туристически услуги са сравнително по-евтини от утвърдените туристически дестинации и курорти, а избраната дестинация е в близост до града, което предполага по-кратки пътувания и по-ниски разходи. Поради краткия престой предлаганите развлечения – „селска самобитност” – по-трудно биха се изчерпали като атракция.

В случая „селската самобитност” се възприема като начина на живот на село – селската култура, празниците, обичаите и обредите, нормите на поведение и общуване, облеклата, ястията, архитектурата и пр. Т.е. обхваща философията на селския и аграрния туризъм – животът на фамилията и неразривната връзка между човека и природата.

Следват и конкретни изводи по отношение на селскотуристическия продукт. Акцентът е върху типичната селска анимация, която „прониква” навсякъде. Атракция следва да се търси при посрещането и настаняването на гостите, в екстериора и интериора на туристическия обект, в общуването с гостите, в храненето, в предлаганата обстановка, т.е. навсякъде и по време на целия престой. Важен елемент от туристическия продукт е включването на селската култура и празниците, както и селскостопанските дейности, олицетворяващи връзката между човека и земята.

Последното до голяма степен е и търсено развлечение. Наличието на природни фактори и контактът с природата е важно условие за пътуването за 52,54% през 2008/2009 и съответно за 55,07% през 2014 г., като ключовият мотив е „бягство от ежедневието” с цел разтоварване.

Счита се, че селският труд е един от най-мощните антистресови фактори поради различието, което предлага и поради факта, че е дейност, произтичаща от иманентната същност на човека. Следователно включването на селскостопанските дейности в туристическото предложение, разбира се по атрактивен за туристите начин, може да отговори вкупом на тези потребности на съвременния градски тип човек – непосредствен контакт с природата, различие (бягство от ежедневието) и релаксация.

### **ИЗВОДИ**

От представената информация от проведеното пилотно проучване може да се направят някои изводи по отношение на уикенд туризма в селски зони:

1. Уикенд туризмът в селски зони придобива все по-висока степен на масовост на оползотворяване на седмичната почивка;
2. „Селската самобитност” е все по-търсена като услуга на село;

3. Поради предлаганото различие и редица други фактори уикенд туризмът в селски зони се свързва с висока степен на удовлетвореност от почивката;

4. Уикенд туризмът в селски зони в голяма степен отговаря на съвременните тенденции в поведението на туристите;

5. Уикенд туризмът като част от селскотуристическия продукт разкрива възможности пред собствениците на туристическите обекти бързо да се адаптират към динамичната пазарна среда;

6. Включването на селскостопанските услуги като туристически атракции способства за възстановяване на интереса на младите хора към селското стопанство;

7. Уикенд туризмът в селски зони създава възможности за задоволяване на потребността от туризъм и развлечение и на хората в неравностойно положение (социално слаби, инвалиди и др.);

8. Развитието на уикенд туризма в селските зони способства за преодоляването на демографската криза в българските села и др.

Следователно може да се даде и отговор на основния въпрос – **развитието на уикенд туризма в селските зони е по-скоро (и трябва да се разглежда като) необходимост, отколкото мода в поведението на туристите и собствениците на селскотуристическите обекти.**

#### LITERATURE

*Atanasova-Chopeva, Minka*, 2007. Definition of rural regions with the help of statistic methods. – В: Village and tourism. С., ALYA, 207–213.

*Kilimperov, Ivan*, 2009. Positioning of weekend tourism in suburban and rural areas. Dissertation, Plovdiv.

Regulation No.14, dated April 01st, 2003, on determination of settlements in rural and mountain regions. promulgated in State Gazette, issue 35, from 2003.

**Рецензент – доц. д-р Красимир Александров**  
**E-mail: kva@dir.bg**