



**ИЗСЛЕДВАНЕ ПРОФИЛА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА СЕЛСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ
УСЛУГИ В ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ СВЕЖЕН
STUDYING THE PROFILE OF CONSUMER OF RURAL TOURIST SERVICES
IN THE TOURIST DESTINATION OF SVEZHEN**

**Елка Генова*, Милко Генов
Elka Genova*, Milko Genov**

***Email: elisgen@yahoo.com**

Abstract

Over the last years, it has been observing a growing interest in alternative forms of tourism. Rural tourism is one of its faces. It attracts more and more admirers on account of the consumers, as well as entrepreneurs. Such a tendency has been determined by the demand changes of the customers. The increased demand is a result of a glut of mass tourism, dynamics and stress of the contemporary lifestyle, mobility, availability of spare time and sources. The development of activities in the corresponding sphere has a stimulating effect on the country's economy, it revives the life in the Bulgarian villages. The creation of basic and additional services leads to the presence of the cultural and historical heritage, as well as preserving of the national resources. All this corresponds to the contemporary requirements for development and sustainable tourism.

In response to the contemporary requirements towards the tourism product, it is necessary to examine and analyse tourist needs and attitudes. Satisfying their expectations will improve service quality. This will affect the economic effectivity of rural tourism sites and will stimulate entrepreneurship in rural regions.

Keywords: rural tourism, tourist profile, sustainable tourism, tourist destination of Svezhen.

СЪЩНОСТ НА СЕЛСКИЯ ТУРИЗЪМ

Селският туризъм като социално явление при зараждането си през XVII век, превърнал се в алтернативен вид туризъм в наши дни, търпи сериозно развитие. Нарастването на потреблението му се потвърждава от Световната туристическа организация. Тази тенденция се определя от изменението в нуждите на потребителите. Повишеното търсене е резултат от: пресищане от масовия туризъм, динамиката и стреса на съвременния начин на живот, мобилността, наличието на свободно време и средства. Желанието на туристите е да се потопят в природна и човешка среда и да се завърнат назад към природата. Възможността да получат нови преживя-

вания, да се запознаят с традиции, обичаи и занаяти, да консумират традиционна, домашно приготвена храна е мотивиращ фактор.

Селският туризъм се развива в извънградските области. Често се определя като „провинциален“, „местен“, „агро“, „рекреативен“, „алтернативен“, различен от масовия. Той е „...туризъм в селски региони, при който се задоволяват интересите на туристите към традиции, бит, култура, селскостопански и други специфични дейности, както и към природни, исторически и културни дадености на съответния регион при спокойствие и непринудени човешки взаимоотношения“ (Алексиева, 2000).

По отношение на икономическите и социалните ползи от селския туризъм някои автори твърдят, че той „...се смята за адекватен инструмент за регионално развитие, допринасящ за: покачване цената на земята; по-добра база за удобствата на местното население; подобрене на регионалната инфраструктура; разнообразие в трудовата работна сила; допълнителни приходи за местното население; подобряване на аграрната околна среда и покачване на социално-икономическия статус на тези региони; насърчаване на културното разнообразие, запазване на националното наследство, оценката на бита и традициите на местното население и уважението към техния личен живот и достойнство“ (Войнова, 2008).

Селският туризъм се характеризира с престой в селска среда (къща или устроен в близост къмпинг, друга настанителна база), контакт с домакините, достъп до стопанството. Той може да се яви като преминаващ, т.е. престой в рамките на обиколен тур или като уикенд или дори една седмица престой.

И в двата случая туристите очакват да се включат в ежедневието на домакинството: беритба на плодове и зеленчуци, билки, приготвяне на традиционни ястия, включване в обичаите и празниците на района, наблюдение или обучение в местни занаяти, фолклорни и земеделски традиции.

Тези дейности обикновено се допълват с различни видове активен или културен туризъм (пешеходен, планинско колело, езда, посещение на манастири, музеи, археологически и други забележителности, училище по занаяти) и най-често е смесица от всичко това (БААТ).

За селския туризъм е характерно настаняването и изхранването на туристите в селски райони, предлагането на услуги в малки селища с материална база с ограничен капацитет, разположена в сгради с определена архитектурна стойност (художествена или от гледна точка на традициите). Заведенията са предимно в битов стил и напомнят традиционните за района жилища. Обръща се особено внимание на кулинарията и в повечето случаи тези обекти имат семейно управление.

Селският и аграрният туризъм могат да се разглеждат и като самостоятелна бизнес инициатива, но и като форма за стимулиране на развитието на селското стопанство и постигането на устойчиво развитие в българското село (Килимперов, 2014).

Целта на настоящата разработка е въз основа на анкетно проучване да се покаже профилът на туриста, практикуващ селски туризъм и да се изведат неговите предпочитания и нагласи.

За постигането на целта са поставени следните задачи:

- Да се направи оценка на туристическия потенциал на туристическата дестинация село Свежен;
- Да се направи анкетно проучване на туристите в региона на село Свежен;
- Да се предложат дейности за подобряване на селскотуристическата услуга в региона.

Методите на изследването са анализ, синтез, наблюдение, интервюта, метода Case study и др.

ПРЕДСТАВЯНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ СВЕЖЕН

Настоящото изследване е проведено на територията на туристическа дестинация село Свежен. То се намира в община Брезово, Област Пловдив. Разположено е в западната част на Сърнена Средна гора на 740 метра надморска височина. Селото е разположено по двата бряга на Свеженската река. Намира се на 197 км от гр. София, на 32 километра от Карлово и на 68 километра от Пловдив.

Централното му положение е благоприятно за развитие на вътрешния туризъм, а наличието на летище Пловдив улеснява посещенията на международни туристи.

Според сега действащото райониране на страната се намира в туристически район Тракия. Централното му географско положение и достъпност му придават ниво на реално туристическо развитие.

Село Свежен се развива като нова привлекателна дестинация за туристите, предпочитайщи селски туризъм, почивка в автентична селска атмосфера и привлекателна природа.

Археологическите находки в околностите на селото свидетелстват за поселищен живот още през VII в. пр.н.е. Многовековната история на селото е съхранена и до днес. Освен с историческата си значимост село Свежен впечатлява със запазеното си архитектурно наследство от периода на българското Възраждане. Нивото на материалната култура се отразява в 100 архитектурно-строителни и исторически паметници на културата с национално, местно и ансамблово значение – от възрожденския и следосвобожденския период. Най-голяма ценност от архитектурно-историческа гледна точка представляват запазените досега около 14 ранни дървени къщи от края на XVIII и първата половина на XIX в., останали незасегнати от пожара през 1877 г. По културно-историческа значимост те се нареждат на едно от първите места в страната наред с къщите на Жеравна и Копривщица (Раева, 2003).

В село Свежен може да се разгледат: архитектурно-историческият резерват от сто къщи със запазена архитектура в типичен свеженски стил; паметник на загиналите във войните за национално обединение; паметник на

полк. Владимир Серафимов – Освободителя на Родопите; Къща-музей на полк. Серафимов; църквата „Св. Св. Петър и Павел“; реставрирана плевня, която е използвана от Васил Левски за скривалище.

В близост до селото: манастира „Св. Богородица“; гроба на Хаджи Димитър на вр. Кадрафил, който от тази година официално е в списъка на Стоте национални туристически обекта; мегалитното светилище „Слънчевата стела“; мегалит „Яйцето на змеицата“. Пешеходни маршрути по маркирани пътеки има до: хижа Свежен; хижа Братан; хижа Каваклийка; заслон Хайдута.

От селото може да се посетят: връх Братан; язовир Свежен; язовир Домлян; минерален извор с изградена чешма – „Невенкина чешма“.

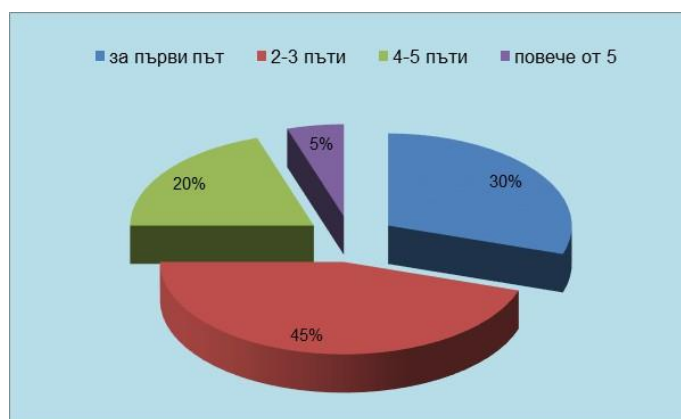
До момента функционират четири къщи за гости, една от които разполага с механа за гостите на къщата. Общата настанителна база е с капацитет 60 легла. Има две кафенета и една механа, където гостите могат да консумират местни ястия, приготвени по автентични рецепти.

Допълнителни услуги, които се предлагат, са конна езда и наем на ATV.

В село Свежен функционира читалището „Груд Георгиев“, което е първото селско читалище в България. В неговия културен календар са включени организирането и честването на национални и местни празници. Жителите се стремят да запазят и възродят традициите и обичаите.

Анкетно проучване на туристите в село Свежен

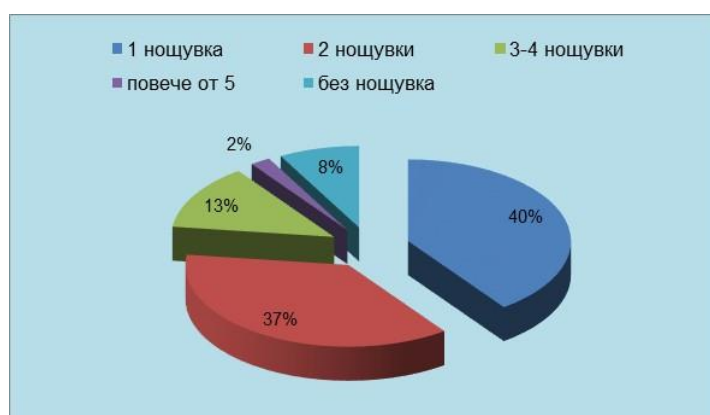
След обработка и анализ на данните обобщихме следните резултати. Според честотата на посещение на туристите в региона най-високата стойност – 45%, е тази на посетилите село Свежен 2–3 пъти. Посетилите селото за първи път са 30%, а посетилите го 4–5 пъти са 20%. На фигурата се вижда рязък спад на 5% на посетителите, които идват след петия път, това говори за намаляващ интерес.



Фиг. 1. Честота на посещение на туристите

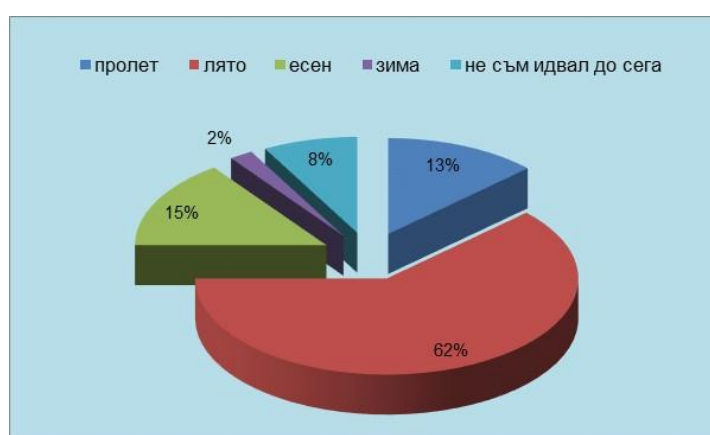
Fig. 1. Frequency of tourists' visit

Анализът на отговорите относно броя на реализираните нощувки показва, че най-високият дял от 40% е на хората, останали само за 1 нощ. Висока е стойността и на посетителите с 2 нощувки – 37%. Тези, които са нощували 3–4 пъти, са 13%, а само 2% са останали за повече от 5 нощувки. Групата от 8% без нощувка се отнася за тези туристи, които идват от любопитство или само преминават. Високият дял тези посетители, които ще останат 1 и 2 нощувки, показва, че мястото е предпочитано за уикенд туризъм.



Фиг. 2. Брой реализирани нощувки
Fig. 2. Number of nights spent

Посещаемостта през различните сезони говори за силни предпочитания през летния сезон – 62%; по-умерени през есента – 15%, и пролетта – 13%, и едва 2% – през зимата. Тези резултати са израз на формирана сезонност на туристическата дестинация.



Фиг. 3. Разпределение на посещенията по сезони
Fig. 3. Distribution of visits by seasons

Според посещаемостта през дните от седмицата с най-висок дял от 83% е тя през уикенда, 16% – през седмицата, 1% не си спомнят. Мястото основно се посещава от туристи през уикенда и по-слабо през делничните дни. Отговорите на въпроса относно мотивите (табл. 1) за посещение на село Свежен като туристическа дестинация показват, че село Свежен е предпочитано място за почивка заради тишината и спокойствието, красивата и запазена природа, лесната достъпност и ниските цени.

Таблица 1. Мотивация за посещение
Table 1. Motivation to visit

№	Показател	Стойност (%)
1.	Спокойствие, тишина, откъсване от цивилизацията	70
2.	Запазена и красива природа	65
3.	Достъпност, близо до мястото, където живея	52
4.	Достъпни цени	50
5.	Интерес към природното и културно наследство на този район	23
6.	Чувствам сигурност по време на почивката	15
7.	Възможност за разнообразни дейности по време на отдиха	12
8.	По навик, свикнал съм да почивам тук	10
9.	По желание на член от семейството/приятел	3
10.	Покана от приятели/роднини	2
11.	Спонтанно възникнала възможност за пътуване до това място	2
12.	Друго	1

Най-предпочитаните занимания (табл. 2) са: опитване на кулинарни специалитети, запознаване с традиционни занаяти, конна езда, слънчеви бани и джип фотосафари. Интересът е насочен и към: планински пешеходни преходи, празнуване на рождени дни, велосипедни преходи и нощуване на палатка. Има желанието за събиране на билки и гъби и посещение на църкви и манастири.

Относно източника на получената информация за село Свежен (табл. 3) най-висок процент е получен от приятели и познати, на следваща позиция е информацията по интернет, по-малко от предавания по телевизията и много ниска от списания и брошури. Тук има доказателство, че най-добрата реклама за туристически обекти за селски туризъм е препоръката от близки лица.

Достигането до населеното място предимно се осъществява с личен автомобил – 95%, и много малко с други превозни средства. Резултатите

говорят, че посещенията се организират на индивидуално ниво, а организирани пътувания почти липсват.

Относно обкръжението от хора, с които се посещава мястото, данните показват най-висок процент на семействата с деца и семейните двойки. Следващите по значимост са групите на приятели и колеги.

Таблица 2. Предпочитани занимания
Table 2. Preferred Activities

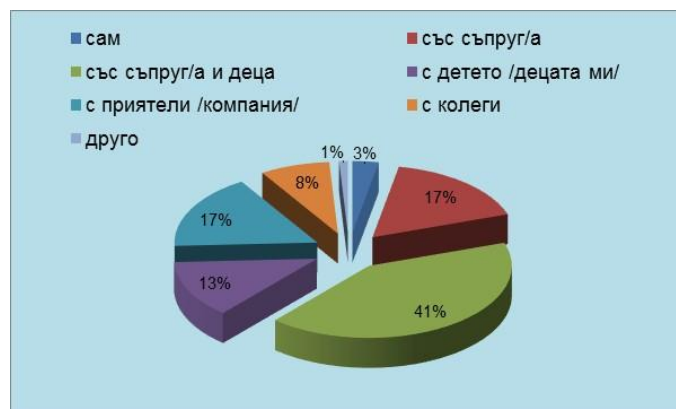
№	Показател	Стойност (в %)
1.	Опитване на кулинарни специалитети	32
2.	Конна езда	31
3.	Запознаване с традиционни занаяти	27
4.	Слънчеви бани	23
5.	Джип фотосафари	21
6.	Планински пешеходни преходи	13
7.	Празнуване на рождени дни	10
8.	Велосипедни преходи	9
9.	Нощуване на палатки	8
10.	Събиране на билки и гъби	7
11.	Посещение на църкви и манастири	5

Таблица 3. Източници на информация за мястото
Table 3. Sources of site information

№	Показател	Стойност (%)
1.	От приятели, познати	63
2.	От интернет	47
3.	От рекламни предавания по телевизията	15
4.	От проспект/брошура	3
5.	От статии и рекламни материали във вестници и списания	2

Анкетираните посочват, че изразходваните средства по време на престоя им в селото са от 40 до 70 лв. на ден на човек. Това говори за нисък до умерен дневен разход за туристически услуги.

Относно месечния доход на член от семейството резултатите показват най-висок процент на хората, получаващи от 700 до 1000 лв. – 61%, и най-нисък на групата – до 500 лв. – 3%.



Фиг. 4. Форма на посещение
Fig. 4. Form of visit

Останалите групи: над 1000 лв – 27%, и от 500 до 700 лв. – 9%. Преобладават туристите със средни месечни доходи, а също така и с високи доходи. Проучването по отношение на обзавеждането и предлаганите екстри показва, че посетителите държат на наличието на телевизор, хладилник, климатик, механа, wi-fi. От услугите са предпочитани джип фотосафари, велосипеди и ATV под наем.

Таблица 4. Предпочитани екстри
Table 4. Preferred Extras

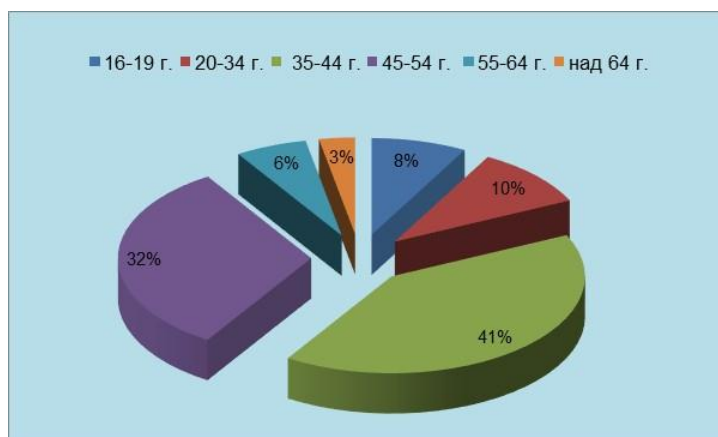
№	Показател	Стойност (в %)
1.	Телевизор	98
2.	Климатик	78
3.	Wi-fi	73
4.	Механа	69
5.	Хладилник	61
6.	Джип фотосфари	38
7.	Кафе, бар	30
8.	Велосипеди под наем	21
9.	Басейн	15
10.	Автомобил под наем	10
11.	Вана	3
12.	Спортни услуги	3
13.	Камина	2

Високият резултат от 97% на посетителите, които биха посетили това място отново, говори за неговата привлекателност. Също така е висок процентът на тези посетители, които са готови да дадат препоръка на

приятели, познати и роднини – 93%. Налична е висока удовлетвореност на туристите от туристическата дестинация.

По пол туристите са разпределени така: 53% – мъже, и 47% – жени. Не може да се направи разграничение на предпочитанията по пол. Разпределението по образование показва най-висок дял на посетителите с висше образование, следван от тези със средно образование и най-нисък е дялът на тези с основно образование. Мястото се посещава от високообразовани туристи.

По разпределение по възраст най-висок е дялът на посетителите от 35 до 44 г. – 41%, следван от групата 45–54 г. – 32%. По-малък е дялът на тези от 20 до 34 г. – 10%, и от 16 до 19 г. – 8%. Най-нисък е процентът на посетителите над 55 г. – 9%. Основните посетители са от категорията средна възраст.



Фиг. 5. Възрастово разпределение
Fig. 5. Age distribution

От направения анализ на региона може да се обобщи, че туристическа дестинация Свежен притежава необходимите природни и антропогенни ресурси за развитие на селски туризъм. Това от своя страна ще допринесе за развитие на района, за икономическо възстановяване и опазване на културното наследство. Разнообразната и екологично чиста природна среда, наличието на архитектурно-исторически обекти и култови светилища имат висока степен на привлекателност за туристите. Това трябва да бъде мотивация за определяне на приоритети в тази насока, мерки и проекти с цел развитието и популяризирането му като туристическа дестинация.

От представените резултати от анкетното проучване може да направим **профила на туриста**, предпочел село Свежен като място за почивка. Той е работещ и високообразован. Има сравнително високи доходи.

Натовареното ежедневие го кара да потърси възстановяваща почивка. Предпочита мястото заради тишината, спокойствието и красивата природа. Не желае по време на почивката си да се разделя със съвременните удобства и комфорт. Предпочита да се забавлява с дейности, които не са присъщи за градския му начин на живот. Предлаганите услуги на изследвания туристически регион трябва да бъдат съобразени и насочени към гореописаната целева група.

Резултатите за посещаемостта показват, че една част идват от любопитство към мястото, друга част са идвали 2–3 пъти. Ниският процент на многократните посещения говори за липса на предлагане на забавления и развлечения от туристическия сектор. Включването на такива от страна на туристическите обекти ще допринесе за по-пълната удовлетвореност на туристите и задоволяване на потребностите им. Това ще се отрази и върху тяхната лоялност и превръщането им в постоянни посетители.

Предлагането на допълнителни туристически услуги е възпрепятствано от слабата населеност на района и липсата на квалифицирани кадри. Туристическата суперструктура не е достатъчно добре развита. Районът е все още не е достатъчно добре познат на туристическия пазар.

ИЗВОДИ

1. От направения анализ на региона може да се обобщи, че туристическа дестинация Свежен притежава необходимите природни и антропогенни ресурси за развитие на селски туризъм. Това от своя страна ще допринесе за развитие на района, икономическо възстановяване и опазване на културното наследство. Разнообразната и екологично чиста природна среда, наличието на архитектурно-исторически обекти и култови светилища имат висока степен на привлекателност за туристите. Това трябва да бъде мотивация за определяне на приоритети в тази насока, мерки и проекти с цел развитие и популяризирането му като туристическа дестинация.

2. От представените резултати от анкетното проучване може да направим **профил на туриста**, предпочел село Свежен като място за почивка. Той е работещ и високо образован. Има сравнително високи доходи. Натовареното ежедневие го кара да потърси възстановяваща почивка. Предпочита мястото заради тишината, спокойствието и красивата природа. Не желае по време на почивката си да се разделя със съвременните удобства и комфорт. Предпочита да се забавлява с дейности, които не са присъщи за градския му начин на живот. Предлаганите услуги на изследвания туристически регион трябва да бъдат съобразени и насочени към гореописаната целева група.

3. Резултатите за посещаемостта показват, че една част идват от любопитство към мястото, друга част са идвали 2–3 пъти. Ниският процент на многократните посещения говори за липса на предлагане на забавления и развлечения от туристическия сектор. Включването на допълнителни услуги от страна на туристическите обекти ще допринесе за по-пълната удовлетвореност на туристите и задоволяване на потребностите им. Това ще

се отрази и върху тяхната лоялност и превръщането им в постоянни посетители.

4. Предлагането на допълнителни туристически услуги е възпрепятствано от слабата населеност на района и липсата на квалифицирани кадри. Туристическата суперструктура не е достатъчно добре развита. Районът е все още не е достатъчно добре познат на туристическия пазар.

REFERENCES

- Aleksieva, J., St. Stamov*, 2005. Selski turizam. St. Zagora. Balgarska asociacia za alternativen turizam (BAAT).
- Kilimperov, I.*, 2014. Selski i agraren turizam – vazmojnosti za razvitite na familnia biznes v selskoto stopanstvo. Nauchni trudove na Rusenskia Universitet, tom 53, 182–186.
- Raeva, V.*, 2003. Kulturno-istoricheski rezervati v Balgaria. Arh&Art, S., 74–75.
- Voinova, Ja.*, 2008. Selski turizam. Universitetsko izdatelstvo "Neofit Rilski", Blagoevgrad, 11.