

ИВАН КИЛИМПЕРОВ, докторант
АГРАРЕН УНИВЕРСИТЕТ, гр. ПЛОВДИВ

**ВРЪЗКА МЕЖДУ СВОБОДНОТО ВРЕМЕ И КРАЙГРАДСКИЯ ТУРИЗЪМ
(НА ПРИМЕРА НА ГРАД ПЛОВДИВ)**

**THE CONNECTION BETWEEN FREE TIME AND NEAR-THE-CITY TOURISM (E.G.
PLOVDIV)**

IVAN KILIMPEROV, Ph. D. student
THE AGRARIAN UNIVERSITY OF PLOVDIV

Abstract: In the present paper the economic and social significance of tourism are described in brief. It is also dealt with the social needs of the people regarding tourism– what causes them and how tourism assists in their satisfying.

For the purposes of this presentation (and my future work, too) a pilot research has been conducted, representing an inquiry of arbitrary interlocutors and collecting oral information through informal conversations (without preliminary set questions). The main purpose of the research has been to find out which the most preferred places for recreation are, what the recreation in itself is, what type of tourism is most often practiced; what the expenses are; and whether people are ready to visit, being provided with the appropriate conditions, the pointed region in the Rodopi municipality, the village of Parvenets, the village of Hrabrino, the village of Boykovo, the village of Sitovo and the village of Lilkovo. The inquiry contents has been directed to those particular villages, and it has been conducted in those places, as well as in Plovdiv. Besides, there has been inquiries and observations on the Bulgarian seaside (mainly in Nesebar, Ravda, Aytos). Such conversations have been also lead in the Rodopi municipality. There follows a brief presentation of the obtained information and its short analysis. Here are the results in general:

1. Most of the inquired know the region, and part of them have visited it. The majority of the visitors own there villas or country houses.
2. The different age groups spend their leisure time engaged in different activities, and the greater variety of activities is observed within the group between the 36 and 50 years of age.
3. The weekend tourism is getting more and more preferred because of shortage of time and funds.
4. In a large part of the trips own transport is used. Depending on the place and conditions of recreation, the preferences regarding accommodation and meal differ. In the pointed region the private property sites (home – like) are preferred, and on the seaside – the hotels and restaurants, but to some extent here also it observed a certain withdrawal from hotel because of the too high prices.
5. The main obstacle for the growth of the rural and near-the-city tourism in the region is the infrastructure, and its improvement now is in process.

Key words: Near-the-city tourism, economic and social significance of tourism, social needs, pilot research, preferences, analysis.

Съществуват различни видове туризъм. За тяхното разграничаване се използват различни критерии. Един от тях е географското местоположение. Според него се разграничават различни видове туризъм, като един от тях е градският туризъм. Най – общо за него може да се каже, че туристическият обект е градът с целия негов блясък. Градът и градският начин на живот могат да бъдат мотиватори за различни видове

туристически пътувания – културно-познавателни, развлекателни, делови, спортни, лечебни и пр.

На сравнителна основа с градския туризъм може да бъде дефиниран крайградският туризъм. При него туристическият обект се намира в покрайнините на града или в селищата, намиращи се в близост до града. Крайградският туризъм може да включва в себе си селски туризъм, екотуризъм,

рекреативен туризъм и най-често се практикува от градския тип човек – хомоурбанис (Станков В., 2003г.). Негова цел е завръщане, макар и за кратко, към естествената биосфера на човека, почивка от заобикалящата го градска техносфера.

По своята продължителност крайградският туризъм най-често е краткотраен – от няколко часа до 3-4 денонощия, като може да продължи до една седмица (например при съчетание с национални празници) (Нешков М., 2001г.) При забързания и динамичен живот през последното десетилетие най-често се практикува (по отношение на времето) т. нар. „уикенд туризъм“, или посещение на желания туристически обект през свободните уикенди (събота и неделя). Този вид туризъм се предпочита от населението още и поради недостатъчни свободно време и най-вече финансови средства¹.

Освен като уикенд туризъм, крайградският туризъм, макар и рядко, се практикува като ваканционен туризъм. По своята същност той (ваканционният туризъм) е средносрочен туризъм с продължителност от 1 до 3-4 седмици и има за цел по-пълната рекреация (физическо и психическо възстановяване) на човека.

За настоящото изследване ще се използва примера на гр. Пловдив. За тази цел е необходимо да се даде кратка информация за града. Пловдив, разположен на р. Марица и един от най-древните градове на света, е вторият по големина град в България. Град Пловдив е център на Пловдивска област, заемаща 5928 кв.км. и е на четвърто място сред 28^{-те} области на Р. България. Областта обхваща централната част на Южна България, на север включва южните склонове на Стара планина и централната част на по-ниската планинска верига Средна гора. Административно Пловдивска област е разделена на 16 общини и има 215 селища, от които 16 градове. Населението е около 730000 души, от

които 340000 от гр. Пловдив. Северната част на областта е предимно с равнинен характер и развито интензивно земеделие, а южната е планинска с развито животновъдство, дърводобивна промишленост и туризъм (www.plovdiv.bg).

На територията на града са разположени 45 предприятия, повечето от които с национално значение. Обликът на икономическата инфраструктура на града не би бил пълен без придобилия световна известност Международен панаир Пловдив. Панаирното градче е разположено на площ от 510000 кв.м., от които 165000 кв.м. са изложбена площ (www.plovdivguide.com).

Основен извод тук е, че развитата промишленост, градската техносфера и напрегнатият начин на живот засилват потребността у хората към „завръщане“ към естествената биологична среда. Тук ролята на своеобразен мост между градската и природната среда играе туризмът, в частност-крайградският туризъм.

Голямото разнообразие в релефа и богатите природни дадености на Пловдив и региона, наличието на много геотермални извори с национално и международно значение са добра база за развитието на летния и зимния планински и балнеолжки рекреационен туризъм (<http://www.plovdiv.bg/turizm.htm>). Основен район за развитието на крайградския планински туризъм обаче остава община Родопи. Условия за развитие на крайградски планински туризъм тук има в много от селата, намиращи се в непосредствена близост до гр. Пловдив – напр. Първенец, Храбрино, Бойково, Ситово, Лилково (намиращи се в община Родопи) и др. Тези села са планински, като най-отдалеченото от изброените села – Лилково се намира на разстояние 45 км от Пловдив. Съчетанието от сравнително малка отдалеченост от града и много красивата природа ги прави много добри места за развитието и

комбинирането на различни видове крайградски туризъм (под „различни видове крайградски туризъм“ трябва да се има предвид, че определението „крайградски“ в случая изразява разстояние).

Както е известно, туризмът има както икономическо, така и социално значение. Най-общо, икономическото значение на туризма се състои в това, че последният е основен източник на доходи за голяма част от населението на страната. Освен това, при сегашното състояние на българското земеделие (поляризирана структура, вследствие на проведената аграрна реформа; ниски изкупни цени на готовата продукция; липса на протекция от страна на държавата и пр.), туризмът (в частност-селският туризъм) придобива все по-голяма „тежест“ при търсенето на алтернативни източници на доходи.

Социалното значение на туризма се изразява в осъществяването на социални контакти между приеманата страна (туристите) и приемащата страна (обслужващ персонал; собствениците на къщата и тяхните семейства при селския туризъм, местното население и т.н.). По този начин се задоволяват социалните потребности на обществото. Последните се изразяват в това, че човек иска да се включи в определена човешка общност, да чувства нейното съчувствие, подкрепа и др (Станков В., 2003г.). Следователно, от гледна точка на селския (в частност-крайградския) туризъм от изключителна важност е стопанинът да знае (най-малко) имената на своите гости.

Основен мотив за появяването на тези потребности е анонимността на града, който до голяма степен обезличава човека, кара го да се чувства нищожен, незабележим. Основна роля за преодоляване на това чувство играе туризмът.

Освен това туризмът осигурява поддържането на здравето на хората, предпазвайки ги от заболявания, свързани със заседналият начин на живот

и обездвижването. Също така не трябва да се забравя и голямото значение за здравето на хората на слънчевите бани, къпането в морето, спокойствието и тишината на планината и пр. Чрез туризма се задоволяват още определени интереси, разширяват се познанията (Славейков П., Кл. Найденов, 2005г.).

За целите на настоящото изложение (а и за бъдещата ми работа) беше проведено пилотно проучване, състоящо се в анкетиране на произволно избрани събеседници и събиране на устна информация чрез непринудени разговори (без предварително определени въпроси). Основната цел на проучването беше да се разбере кои са най-предпочитаните места за почивка, в какво се състои самата почивка, кой вид туризъм е най-често практикуван, каква е разходната част, имат ли хората готовност да посетят очертаните по-долу район в община Родопи при осигуряване на съответните условия. Анкетите по своето съдържание бяха насочени към следните селища: с. Първенец, с. Храбрино, с. Бойково, с. Ситово и с. Лилково (намиращи се в община Родопи), като бяха проведени анкети както в изброените села, така и в гр. Пловдив. Също така бяха проведени и наблюдения и разговори на българското черноморие (основно в Несебър, Равда, Айтос).

Най-напред анкетираният в гр. Пловдив-за повечето описаният район в община Родопи е познат, като една част от тях са го посещавали, а друга-не. След кратко описание на района и показване на фотоматериали, по-голямата част от тези, които не са посещавали района, проявяват интерес да го направят. И при едните, и при другите основен мотив за туристическите пътувания е натрупаната физическа, но най-вече психическа умора. Синтезирана информация за анкетирания от гр. Пловдив е представена на табл. 1.

Табл. 1. Анкетирани в гр. Пловдив*

	Познаващи района (%)	Посещавали района (%) ^{1*}	Желание да посетат района (%) ^{2*}
Да	83,25	41,05	73,18
Не	16,75	58,95	26,82

* Броят на направените анкети от началото на пилотното проучване до написването на доклада (мес. септември) е 74 бр.

1* – от познаващите района

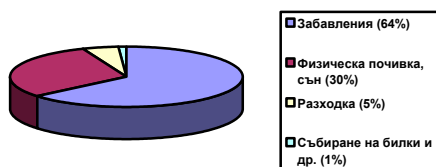
2* – от непосещаващите и непознаващите района

От стартиранета на пилотното проучване до написването на доклада (месец септември 2005 г.) са анкетирани 43 души и са проведени разговори с около 30 души. Анкетираните, посещавали въпросния район² (с. Първенец, с. Храбрино, с. Бойково, с. Ситово и с. Лилково) притежават вили или къщи в някое от изброе-

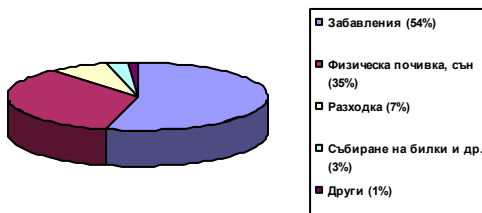
ните селища. Те най-често практикуват т.нар. уикенд туризъм (събота и неделя) най-вече поради липса на свободно време. По време на тяхната почивка те извършват най-разнообразни дейности, като различните възрастови групи прекарват свободното си време по различен начин (виж фиг. 1).

Фиг. 1. Структура на свободното време по възрастови групи

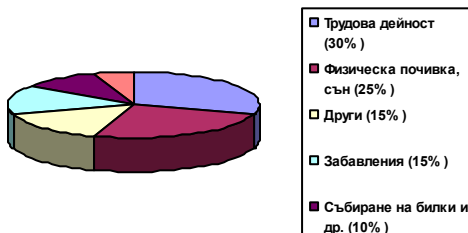
а) до 18 навършени години



б) от 19 до 35 навършени години



в) от 36 до 50 навършени години



Последната група (от 36 до 50 навършени години) предизвика у мен най-голям интерес. Работата по поддържането на дворовете им носи голямо удовлетворение и въпреки нелекото физическо натоварване се чувстват отпочинали и заредени с енергия за предстоящите делнични дни. Това е така, защото по този начин те разтоварват своята психика и разнообразяват дейностите, които извършват. Тук трябва да се отбележи, че повечето работят не поради надостиг на средства (за снабдяване със съответните продукти), а за да реализират възможностите си.

Най-възрастните (по-голямата част от тях) предпочитат да си стоят в къщите, но тези, които излизат на почивка

отделят най-много време за активна физическа почивка и кратки разходки в планината.

Що се отнася до предпочитаните места за почика – по-младите прекарват част от почивката си на море, като повечето от тях след това ходят и на планина, както казват “да си почина истински”. По-възрастните (над 40г.) предимно почиват на планина. Обикновено там ги привлича красивата природа, спокойствието, селската самотност, контактите със съселаните и/или обслужващия персонал и хазяите.

Разходната част най-вече се отнася до разходите за път, за храна, сън, както и предпочитанията относно тези дейности. Информация за последните е представена в табл. 2, 3 и 4.

Табл. 2. Разходи и предпочитания, свързани с транспорта

Транспорт	Сума – приблизително (лв.)				Използван транспорт (%)				Предпочитания (%)			
	Уикенд туризъм (общо лв.)		Ваканционен туризъм (общо лв.)		Уикенд туризъм		Ваканционен туризъм		Уикенд туризъм		Ваканционен туризъм	
	СТ	НТ	СТ	НТ	СТ	НТ	СТ	НТ	СТ	НТ	СТ	НТ
Община Родопи	5–20	3–15	10–25	3–15	94,5	5,5	93,6	6,4	97,8	2,2	99,1	0,9
Море	50–70	9–50	60–90	9–50	71,3	29,7	70,3	29,7	91,4	8,6	95,7	4,3
Другаде	7–25	2–28	13–30	2–28	87,6	13,4	89,3	10,7	95,8	4,2	97,8	2,2

СТ – собствен транспорт

НТ – нает транспорт

Табл.3. Разходи за храна (лв. на човек за едно хранене) и предпочитания за мястото на хранене

Хранене	Сума приблизително (лв.)		Място за хранене				Предпочитания			
	Уикенд туризъм	Ваканционен туризъм	Уикенд туризъм		Ваканционен туризъм		Уикенд туризъм		Ваканционен туризъм	
			Място	%	Място	%	Място	%	Място	%
Община Родопи	6 – 15	3 – 7	Ресторант	3,2	Ресторант	5,3	Ресторант	36,3	Ресторант	21,4
			Домашни условия	84,6	Домашни условия	89,4	Домашни условия	60,1	Домашни условия	42,3
			Пикник	7,5	Пикник	3,1	Пикник	3,2	Пикник	30,8
			Другаде	4,7	Другаде	2,2	Другаде	0,4	Другаде	5,5
Море *	10 – 15	5 – 10	Ресторант	96,6	Ресторант	75,4	Ресторант	99,2	Ресторант	96,7
			Домашни условия	0	Домашни условия	3,1	Домашни условия	0	Домашни условия	1,2
			Пикник	1,2	Пикник	6,8	Пикник	0,2	Пикник	0,8
			Другаде	2,2	Другаде	14,7	Другаде	0,6	Другаде	1,3
Другаде	5 – 7	2 – 5	Ресторант	41,2	Ресторант	37,6	Ресторант	49,7	Ресторант	41,3
			Домашни условия	38,5	Домашни условия	31,1	Домашни условия	31,2	Домашни условия	35,2
			Пикник	19,7	Пикник	6,5	Пикник	17,6	Пикник	11,8
			Другаде	0,6	Другаде	24,8	Другаде	1,5	Другаде	11,7

* - при храненето на пикник се има предвид хранене на плажа

Забележка: Стойностите в % са осреднени, тъй като анкетираните са посочвали повече от един отговор.

Що се отнася до местата за хранене в очертания район в община Родопи само в селата Първенец и Храбрино има заведения за хранене и развлечения, към които по-младите (между 18 и 45 години) проявяват интерес. Въпреки всичко, хората са удовлетворени от своята почивка, тъй като основен

мотиватор за туристическите пътувания са “спокойствието на планината” и “хубавите моменти с приятелите”. Освен това по-този начин се спестяват средства от семейния бюджет и се откриват възможности за по-чести пътувания.

Табл. 4. Разходи за сън (лв. на човек за една нощувка) и предпочитания за мястото на нощуване

Нощувка	Сума – приблизително (лв.)		Място за спане				Предпочитания			
	Уикенд туризъм	Ваканционен туризъм*	Уикенд туризъм		Ваканционен туризъм		Уикенд туризъм		Ваканционен туризъм	
			Място	%	Място	%	Място	%	Място	%
Община Родопи	4 – 12	3 – 9	Лични обекти	96,4	Лични обекти	95,3	Лични обекти	86,4	Лични обекти	83,8
			Тур. хижа	1,2	Тур. хижа	1,8	Тур. хижа	10,1	Тур. хижа	13,2
			Хотел	0,7	Хотел	0,1	Хотел	1,3	Хотел	2,6
			Квартира	–	Квартира	–	Квартира	–	Квартира	–
			Другаде	1,7	Другаде	2,8	Другаде	2,2	Другаде	0,4
Море	От 15 до над 200	От 5 до над 200	Лични обекти	0,1	Лични обекти	1,4	Лични обекти	0,1	Лични обекти	4,2
			Тур. хижа	–	Тур. хижа	–	Тур. хижа	–	Тур. хижа	–
			Хотел	26,7	Хотел	19,8	Хотел	65,9	Хотел	37,3
			Квартира	41,3	Квартира	65,2	Квартира	31,5	Квартира	46,1
			Другаде	31,9	Другаде	13,6	Другаде	2,5	Другаде	12,4
Другаде	7 – 15	4 – 9	Лични обекти	41,6	Лични обекти	60,2	Лични обекти	30,1	Лични обекти	17,6
			Тур. хижа	25,8	Тур. хижа	12,5	Тур. хижа	40,6	Тур. хижа	40,6
			Хотел	16,9	Хотел	15,1	Хотел	9,7	Хотел	19,3
			Квартира	1,7	Квартира	8,2	Квартира	5,6	Квартира	20,5
			Другаде	14,0	Другаде	4,0	Другаде	14,0	Другаде	2,0

* - за целта на изследването приемам, че ваканционният туризъм по своята продължителност е средносрочен – от една до 3 – 4 седмици (Нешков М., 2001г.).

Забележки:

1. Стойностите в проценти са осреднени, защото анкетираните са посочвали повече от един отговор.

2. Големите разлики между минималните и максималните стойности на разходите за една нощувка на морето се дължат на високите цени на услугата на черноморските хотели.

В описания район в община Родопи процентът на нощувките в хотел е много нисък, защото само в с. Бойково има малко хотелче, което бе отворено едва преди няколко месеца, но вече представлява голям интерес и според обслужващия персонал посещаемостта е “надхвърлила тяхните очаквания”.

Резултатите на морето са колебливи, но най-общо повечето от запитаните се

хранят на вън, голяма част преспиват в хотелите. Но трябва да се отбележи фактът, че тук психическата нагласа е друга. Повечето казват, че вземайки решение да почиват на море са “прежалили” определена сума пари. Освен всичко се наблюдава тенденция към намаляване ползването на хотелските услуги в сравнение с изминалите сезони. Това е така, защото в хотела трябва да се спаз-

ват доста норми и общуването с обслужващия персонал е така да се каже "изкуствено"-те са прекалено учтиви. Почиващите са много по-доволни от естественото "Добро утро!", нормалните общочовешки разговори, разговорът на "ти". В тази връзка не трябва да се омаловажава и фактът, че голяма част от почиващите са със здравословни проблеми, при които се препоръчва почивка на море. Освен това, цените на хотелиерските услуги стават все по-непосилни за българските туристи (варира между 50 и над 200 лв. за една нощувка).

Ако се направи кратък анализ на получената от пилотното проучване информация, могат да се открият няколко по-важни икономически проблеми на описания район в община Родопи. Чрез тяхното разрешаване ще се създадат условия за привличане на повече туристи и почиващи и като цяло ще се подобри икономическото състояние на селищата (което в повечето от тях е много лошо).

Един от споменатите по-горе проблеми е, че тези които не притежават собствени обекти няма къде да отседнат, въпреки явно изразеното желание да посетят района. По този въпрос вече се работи в с. Бойково има построено малко хотелче, което вече функционира, а в с. Ситово местното училище, което не функционира повече от 15 години, ще бъде преустроено в хотел. Освен това нагоре към с. Лилково има възможност да се изгради къмпинг зона покрай преминаващата река. Според мен, една такава къмпинг зона ще предизвиква голям интерес, защото успокояващото действие на водата е широко известно.

Всичко това, комбинирано с красивата природа, ще бъде мощен мотиватор за туристически пътувания. Освен това по този начин ще се създадат условия за общуване на по-големи групи хора с почти идентични интереси.

Също така в с. Лилково има голямо училище, което лесно и със сравнително малко средства може да бъде преустроено в хотел или туристическа хижа. Повечето от къщите са сравнително големи, като много от тях са ремонтирани, като има и новопостроени такива. Това дава възможност да се комбинира и развие селски и екологичен крайградски туризъм.

Основен и много голям проблем на селата от този район е лошото състояние на пътната настилка, която на места дори липсва, но и по този проблем вече се работи. Направен е частичен ремонт на пътя, като се подготвя и проект за изцяло нова пътна настилка, който проект ще се представи пред общ. Родопи за одобрение. Евентуалните източници на финансови средства по проекта ще са програмата "Красиви Родопи" на ЕС, общински средства и частни спонсори.

И накрая, за да се получат очакваните икономически резултати, би следвало да се проведе пълно и задълбочено проучване на потенциалните потребители на предлагания туристически продукт, за да се определят оптималните цени на предлаганите услуги и видовете услуги. По този начин ще се създадат условия за постигане на максимален икономически и социален ефект, и ефективност на туристическата дейност в района.

Разработката е представена на Научна конференция на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски“ „Икономика на свободното време“, проведена на 17-19 ноември 2005 г.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нешков, М. и др., Въведение в туризма, С., 2001г.
2. Славейков П., Кл. Найденов, Туризм – учебно пособие, ИК "Ваньо Недков", 2005г.
3. Станков, В., Селски туризъм, курс лекции за магистри по специалност „Икономика и управление на предприятието в аграрния сектор“, Аграрен университет – Пловдив, 2003г.
4. Интернет: <http://www.plovdiv.bg>, <http://www.plovdivguide.com>