

Проф. д-р ик. н. Владимир Г. Станков, Гергана Станкова-Данева

СЪДЪРЖАНИЕ И ОСОБЕНОСТИ НА СЕЛСКИЯ ТУРИЗЪМ

Селският туризъм е фактор за развитието на селските региони и за разнообразяване на туристическата дестинация на България на базата на неизползвани ресурси. Основен потребител на неговия продукт е градският тип човек, живеещ в условията на техносфера, анонимизиране на човека в градското множество и стресови фактори на модерните професии. Оригинални елементи на селския туристически продукт са: селският двор със стопанска част и "стая на открито" – асмаляк, беседка сред градина; селската къща с нейните приятелски послания и признания за значимостта на човека; контактите и селското общуване, специфична разговорна форма, внасяща хуманизъм в отношенията; селският труд като антистресов фактор, стимулиращ и създаващ условия за изява; селската култура, сборове, танци и спортни състезания, създаващи за разлика от градския елитарен спорт възможности за личностна изява и участие на всеки; истинността на възприятията - антипод на модерната опосредствана комуникация чрез медиите, създаващи виртуален свят от екранни образи на компютри, Интернет, телефонни технически възпроизводства на гласовете; спортни и здравни услуги в селския двор, вкл. водни процедури на открито, екскурзии, конен спорт, разходки пеша и с каруци, велоекскурзии, възродени форми на плацебо ефект чрез народни методи на лечение, на билкарство и др. На базата на емпирични проучвания са анализирани икономическите условия на селяните за реализиране на печалба, за ликвидност и др. при селския туризъм. Чрез капитализиране на къщата се активизират неконвертируеми средства, труд в условия на безработица и др.

JEL: Q17; J43

Селският туризъм е вече утвърдено и юридически (в Закона за туризма), и в съзнанието на гражданите понятие у нас. В научните среди за него най-напред заговори проф. Захари Стайков. Пионерската му роля е призната от вече многобройните му последователи. Доц. Енчо Костов издаде монография за селския туризъм, споменава го и в други свои трудове. Като се изключат туристически центрове като Варна, Бургас и др., може да се твърди, че изобщо туризмът у нас се е развивал в обстановка, близка до селската: в Созопол, Несебър, Борушица, Ракитово, Лъджене, Копривщица, многобройни села в планините. И все пак понятието звучи като нещо ново - туризъм със своя специфика.

Именно като специфичен туризъм, развиващ се все по-масово, селският туризъм е широко известен в Западна Европа, САЩ и др. В литературата са отбелязани редица негови особености. Много от тях са утвърдени в общественото съзнание и пораждат определени очаквания. Нужно е изследване на очакванията, определяне същността на селския

туризъм и разработване на туристически продукт, изхождащ от определението. Само тогава очакванията и продуктът-предложение ще бъдат във взаимно съответствие - желаното пазарно състояние. По същество това означава да се изясни специфичната философия на селския туризъм.

Сред многото определения на същността на селския туризъм (Werner, P., D. Gilbert, Д. Стайков и др.) с авторитет се ползва това на Foieга. Той различава три негови разновидности:

- *Селски туризъм като обединително понятие.* Той може да се упражнява и от лица, които не са земеделски стопани - ударението се поставя не върху поминък на предприемачите, които го упражняват, а върху характера на местността. Това е селски район с преобладаващи елементи от екологични фактори, селскостопански ландшафт и селска култура. Основното е да се реализира почивка в условия, контрастиращи на градските.

- *Аграрен туризъм,* при който туристите осъществяват контакт със земеделски производители по повод получаване на подслон - стая, къща, предоставяне на къмпингова площ и др.

- *Почивка в селски двор,* при който туристите се интегрират в ежедневието на стопаните, в живота на фамилията, занимаващи се с активна селскостопанска дейност. За целта Foieга смята, че почивката трябва да продължи минимум 5 дни. Нашето разбиране е, че за условията на България аграрният туризъм трябва да обхване и формата "почивка в селски двор". Ние нямаме много ферми от типа на тези в Западна Европа, САЩ и други страни. При нас селският туризъм ще се осъществява предимно в селски къщи и неголеми хотели със сравнително малко дворно стопанство.

Селският туризъм като социална потребност

Човекът е "програмиран" да живее в биосфера - приятелска среда от благоприятни природни фактори: растения, животни, чист въздух и вода природни шумове. Потребността от такава естествена среда е имплантирана в иманентната същност на човека. Отклонението от нея води до нарушаване на физическото и психическото здраве, до усещане за дискомфорт. Биологическата и социалната същност на човека са основата за определение на неговите потребности и в областта на селския туризъм.

Ловът и търсенето на готови храни от природата сами по себе си са поставяли човека в неговата естествена среда. Впоследствие земеделието -основен поминък в течения на хилядолетия, изгражда контакта с природата. При селския труд човек контактува с растения и животни, но не като самоцел, а *произвеждайки*. В земеделието производствените фактори са и биологически фактори - стопански животни и растения. Отглеждайки зърнени култури, лозя, крави и овце, човек е в контакт с биологически

фактори, макар и изменени за екзистенциалните му нужди. Така селският тип човек, контрактувайки с природата по *повод своя поминък*, няма нужда да се връща към нея самоцелно.

В индустриалното и постиндустриалното общество настъпиха мащабни промени. От поминък на основната част от населението земеделието е трудово битие на не повече от 2.5 -3% в икономически развитите страни. И в България от занятие на 76% от заетите в средата на миналото столетие днес то заема трудовото ежедневие на 24%. Този висок дял може да се обясни с временното търсене на препитание на безработни при срива на индустрията. Поминъкът в индустрията, търговията, строителството, администрацията, науката, образованието създава *нова среда* - урбанизация на човешкото обкръжение. Светът става друг. Масовото човешко обкръжение е *техносфера* - машини, съоръжения, стъкло, пластмаси, екранни образи. Естествените природни шумове - на вятъра, животните и птиците, се заместват от неестествена шумова среда от технически произход. Неестествени светлини изменят и денонощието, други са цветовете и миризмите, усещанията. Огромни, извисени над всичко сгради създават впечатление за господстващи каменни джунгли. Неестествено за човек е усещането при летене, пътуване в автомобил. Според Harlich към стресове от летенето са предразположени най-вече хора на модерни съвременни професии, но една трета от всички пасажери изпитват страх, вкл. и с физиологични натоварвания. Не случайна днес е носталгията към света на природното. "Осъзнаваме стойността на едно нещо, чак когато го загубим" (Сенека).

Новият градски тип човек - хомо урбанис, живее в огромно струпване на хора. Но в оживеното улично движение сред хиляди той е незабележим, никой не отбелязва присъствието му с едно кимване - грижата е разминаването. Човекът е *анонимен* и самотен сред хиляди. И в къщата колос, в която живее, е познат на няколко от "входа". И на работата трябва да бъде това, което не е, да отговоря на изисквания - на бизнеса, на работата - те определят какво да прави, какъв да бъде.

Така хомо урбанис живее в могъщ свят извън него, смален от него; всред шумове и отблясъци на застрашителна улица, с коли-оръжие, от които трябва да се пази; изпълняващ заповеди дори не от хора - червено и жълто на светофарите - спри - тръгни; всред чужди мисли, изместващи неговите, препоръки и примамки - купи, направи. Всичко е по-голямо, по-умно - и къщи, и улици-реки, и речи от екрана. Отпусни се, върви и работи спокойно, прибери се. Бизнес - къщата е дом на напрежението - има някой или нещо над тебе, човек или екран. Разви се специфична патология на големия град на базата на стресирането и депресиите.

Изморен, анонимен на улицата, подчинен в бизнеса с хапчета за всичко. Време за почивка. Вестник, телевизионен сериал - отдай им се! Хората напускат своя живот и заживяват със съдбите на екранни герои.

Чакат ги, питат се - ще успее ли? Навсякъде особенният свят на техно-сферата. С технически звуци от телефона, с екранни образи - от телевизора, компютъра. Виртуален свят на образи, сенки, технически звуци, светлини.

Градски живот- лош, но и чудесен. Избягай, но се върни. Градът дава работа, възможности за кариера, растеж и в служебната, и в социалната стълбица. Удобства от фирмите за услуги - за доставки, за ремонти, за пътувания. Плащаш без пари в джоба. Улици без кал. Нощ, но светло. Град - приближава те до модерния свят.

Това е човекът - хомо урбанис, който иска да избяга временно от своя живот, да живее временно другаде, да си почине и да се върне. Жителят на града - на големия град, е *този, който ще бъде масовият участник в селския туризъм*. Повече от половината туристи на село в Австрия са от Виена (Werner P), в Германия над две трети са от градове с жители над 100 хил. (по проучван на ТИДЕ - Институт за изучаване на домакинството). Тази тенденция се потвърждава и от проучвания на селския туризъм у нас - в родопския регион - Триград, Широка Лъка, Стойките, Батак и др.

Специфични потребности на градския жител - турист на село

Основните потребности на човека не могат да бъдат обект на това изследване - те са известни, макар и в различни авторски интерпретации. Специфичните потребности са *следствие* от същността и особеностите на градския тип човек и се превръщат в негови *претенции* към структурата на селския туристически продукт. Това са потребности от почивка в условията на биосфера, обкръжение на природни фактори; от живот в социална система с повече хуманизъм, човешко присъствие и внимание; система със своя културна специфика и своеобразие...

Потребност от различие и "еднаквост"

Така разбираните специфични потребности на градския жител, почиващ на село, са потребности от различие от света, в който живее. Той се стреми към промяна, която съдържа *позитивно различие*. Негова индикация е откликът, който различието предизвиква - позитивни емоции, мисли и преживявания, благоприятно въздействие върху физическото и психическото здраве. Мащабите на различието като потребност са нееднакви. Статичният тип, абсолютният домошар предпочита монотонния ритъм на усвоеното ежедневие. Динамичният тип търси различие в авантюристични размери. Във всички случаи в турист се превръща този, който се нуждае от някаква форма на временно различие, от бягство от ежедневието. Специфичните различия, очаквани от хомо урбанис от

почивката на село, играят *конструкторска роля* при формиране структурата на туристическия продукт.

Проучванията показват, че селският туризъм предлага продукт-различие за хора със средни доходи и за такива под тях. Изхождайки от житейските реалности, селският стопанин трябва да формира своето предложение, качеството, което предлага съобразно възможностите на посетителите да бъдат и платци. При това градският турист има нееднакви потребности от различие. Формират се групи, потребителски сегменти, за чиито нужди стопаните на село трябва да се подготвят. Мениджърът, човекът на съвременни професии, служещият и работникът, стресирани от напрегнатото ежедневие на бизнеса, от натиска на битовите плащания, се нуждаят от спокойствие, отпускане, нови впечатления, движение на открито. Фамилният тип идва с грижи за своите деца и семейство и търси условия за тяхната почивка. Възрастните страдат от настъпващата социална изолация. Те се нуждаят от контакти, общуване със стари и нови приятели. Най-младите често образуват група на "изолираните". Те се отдават на своите преживявания, създават си динамично ежедневие, външни "вмешателства" не са им нужни.

Негативното различие и потребността от "еднаквост"

Селският живот предлага и различия от неща, с които градският жител не желае да се раздели. Много от тях са банално известни - примитивна тоалетна, липса на баня с постоянна топла вода, кални улици. В изискванията на хомо урбанис се включват все повече удобства - по отношение на леглото, матрака, стаята, обслужването, разнообразието при храненето. Навлизането на лукса доведе и до зараждането на една разновидност на селския туризъм, главно в Западна Европа - *романтичен туризъм*. При него селската обстановка се запазва, но в хотела и близкото му обкръжение има повече лукс и удобства, с които гражданинът вече е свикнал.

Роля на нормите на социума

"Нехаресването" на определени условия на село има *социална обусловеност*, произлиза от подчинеността на хомо урбанис на нормите на социума, в който живее. Това са двупосочни изисквания, зараждат се като претенции на социума към личността - например за качествено равнище, на което трябва да работи, или изисквания към битовото поведение и др. Вече като усвоени изисквания и начин на живот нормите се проявяват като обратно изискване - на личността към другия социум, в който е попаднала. Социалното им внушение става невидимо и те се изживяват като лично изискване. Самата практика на стопаните показва колко се увеличават внушенията от градския живот изисквания при туристическата комуникация на село. Освен към хигиената и битовите

условия в жилището се повишават изискванията към инфраструктурата, специално към пътищата, ремонтните бази, финансовите улеснения за безналични плащания или теглене на суми. Пребиваващите над 2-3 дни изискват да има телевизор и т.н. Променящите се "неотменни" норми на живот трябва постоянно да се изучават и на тях да се реагира чрез качеството на туристическата дестинация.

Но и при тези изисквания проблемът не трябва да се опростява. Наблюдава се и неголям поток от желаещи да почиват в далечни, неподдържани, почти изоставени селища. Различието от техния градски живот, което ги привлича, е усамотението, тишината, възможността човек да остане насаме със себе си, да преживее природата и непознатата култура на селото. Така локалните недостатъци стават предимство.

Продуктът на селския туризъм

За да бъде пазарно ориентиран, селският туризъм трябва да се формира като *отговор* на потребностите на хомо урбанис - градския тип човек. Особеност на селския туризъм у нас е по-голямото присъствие на специфичната селска култура в туристическата дестинация - ако разбираме културата в най-широкия смисъл като състояние на обществения, духовния, стопанския живот, на материалните и духовните ценности, на бита, поведенческите правила, като взаимодействие на социалния организъм (селото с природата) и т.н.

• *Продуктът като почивка.* Туристическият продукт на селото е предназначен за хора, дошли за почивка. Но ако се изходи от претенциите към формите на почивка, проличава колко е сложно това понятие в съвременните условия.

Подложеният на професионални и битови стресове градски човек желае отдих от психическия натиск, в т.ч. движение и физически натоварвания. За уморения физически работник почивката е физически покой, желание да лежи и спи. Работници от птицекарници изразяват масово желание през почивката да играят волейбол. Още през миналия век английските работници на конвейер през почивката си масово предпочитат футбола - антипод на монотонността, на работа с малка физическа натовареност и без мисъл. Университетски учени обичат екскурзии, тенис на маса; жени от текстилната промишленост желаят през фабричната почивка да пият кафе и да водят отморяващ разговор. При тези толкова разнообразни представи за почивката тя може да бъде определена като *състояние на хармония* между физическото и нервно-психическото състояние на човека и произтичащите от това потребности, от една страна, и фактически изпитваните физически и нервно-психически въздействия, от друга. Тази сложност на почивката трябва да бъде отчитана от стопаните или от организаторите на селски туризъм при конструирането на продуктовата му структура.

• *Селският двор*. Той е първата среща на туриста с материалните условия, при които ще прекара почивката си. За туристите от Западна Европа това понятие има богато съдържание - за мнозина "почивка в селски двор" се свързва със същността на селския туризъм. За западното фермерство дворот е изпълнен с усилен стопанска дейност, с движение и живот. Той е и база за реализиране на основната същностна черта на селския туризъм - интегриране в живота на селската фамилия. Дворот е защитен периметър на селската фамилия и гостът-турист е допуснат равноправно в него.

За разлика от модерния идустриален туризъм, където взаимоотношенията на страните се изчерпват на рецепцията, тук се създават особени близки взаимоотношения. Семейният периметър е признат от обществото не само на правна основа. За влизане в двора и къщата се иска разрешение - почукване. Защото само тук фамилията е защитена от обществени надничания и само тук човек се държи според индивидуалността си. Интегрирането във фамилията е привилегия за туриста и това изисква от него зачитане на нейните норми. Разбираеми са възраженията на стопани при отдаване на стаи на курортисти - ако се попадне на неподходящи гости, семейната атмосфера се разваля. Това налага специфика на системата на набиране на туристи и на организацията на пребиваването им.

Българска специфика за селския туризъм е, че истинските фермерски дворове са малко и едва ли ще се изградят масово в бъдеще. Няма и стопанства извън селищата, където стопанинът живее сред своя имот. Потребността на българина от близост и принадлежност към социална общност е голяма. Първите ни агрономи-учители изчисляват, че за да обработват ниви от около 20 дка, селяните са пътували до тях от 90 до 200 и повече км годишно. Селският туризъм протича у нас в дворове от типа на изградените при кооперативната система и преди нея.

Тези масови дворове обаче имат своята туристическа привлекателност. Състоят се от две части. Едната е предназначена за ограничена стопанска дейност с малък брой животни, зеленчукова и плодова градина. Те обаче задоволяват потребността на градския турист от приближаване до стопански животни, от грижа за тях, както и от участие (при изявено желание) в стопански процеси. Осигуряват и търсените пресни земеделски продукти.

Друга част на двора е продължение на къщата. Това е "стаята на открито" - едно виждане за ролята на двора още на древните римляни. Тук е българската беседка - асмалъкът, или масата под атрактивно дърво. Чуждите и нашите туристи обичат да седат на такива места, да ги използват за общуване в компанията или с фамилията на селянина. Малката цветна градина и чешмата стават специфична декорация на "откритата стая". Налице е и специфичен "перистал" - елементи, които

свързват стаята на открито със самата къща при древните римляни. При нас това е декоративна пътека - връзка с беседката.

- *Селската къща.* За градския човек селската къща, особено при въткани в нея възрожденски елементи, предизвиква задоволство. Причините за него невинаги се осъзнават, което показват и проведените интервюта с туристи. Селската къща излъчва няколко послания. Най-напред признание за значимостта на човека, за неговото достойнство. Това не е градският жилищен колос, който смазва с размерите си и възпроизвежда пропорциите между мравката и мравешкия хълм. Къщата е съразмерна, тук човекът е големият. Приятелското послание, дружелюбието е второто послание на селската къща, стига да е изградена с виждането на старите ни майстори. Новото строителство трябва да съхрани приятелския дух на селската ни къща, особено елементите с доказана привлекателност - еркери, "мюрдювени" и др. Едва ли трябва да се "поддаваме" на привлекателните елементи на европейските модерни вили - просторни, открити, силно остъклени, но чужди на топлотата на селската къща. По-старите селски къщи са запазили обединителния салон, в който излизат всички стаи на етаж; успокояващите топли цветове, особено ако е използвано дърво; старите греди; дъсчения под; зеленината, надничаща от прозорците и терасите - всичко това контрастира на напрегнатите и компютризирани служебни помещения.

- *Контакти и човешко общуване.* Присъствието на стопанина в туристическото ежедневие, хуманизацията под формата на активно общуване са основни елементи на селския туризъм. Лустрото на рецепцията, придобитата професионална любезност на персонала в модерните хотели тук не може да се постигне - това не е и цел. Естествените човешки контакти - в туристическата група и със стопаните, човешкото "забелязване", специфичната селска разговорка - цветиста и "от душа", е предимство на селския туристически продукт, който не може да се постигне при модерния туризъм.

Информационният обмен, мисловната съдържателност не е най-важната черта на разговора при почивка на село. Непринуденото събеседване - без стремеж към престижно позициониране, сменя напрежението, разтоварва, дори лекува от градските депресии. "Намирам празните приказки особено освежителни" е казвал Таилеран. Още по-ефикасно лекарство е веселостта. "Веселото сърце е благотворно лекарство" се казва в Библията, гл. 17, ст. 22. Стопани със склонност към хумористично изразяване, към "поднасяне" се срещат често на село. Това е забелязано и от чужди туристи - като вицоподобно поведение. Характерна атрактивност на селския разговорен стил е одухотворяването на нещата, алегоризацията на човешки образи и събития. "От зелена тиква акъл не вземам" - народен израз за характеризиране на незрял, дори глупав човек. Сравнението с кокошка помага да се опише глупав човек, с петел е

престижно и т.н. (Бориславов). Този стил при "разговор-ките" на село пренася гражданина в оригинален и по-интересен свят, при това в интимна среда на приятели.

Засилва се мнението сред специалистите за необходимостта от обучение на участниците в туристическия бизнес. То е необходимо и при селския туризъм. Обучението обаче не трябва да "умъртвява" запазената селска естественост, контактност, хуманизъм в отношенията - търсен елемент на запазената селска култура на общуване.

- *Селски делници и градският турист. Селото като социален организъм.* Селото не е градският "мравуняк", живот всред хиляди забързани, никой никого не забелязва и човек е анонимен. Още преди около два века, посещавайки Неапол, Гьоте споделя с Екерман желанието си да се махне от забързаната тълпа. В селото хората се познават, "отбелязват" съществуването си и се зачитат с поздрав или едно кимване, с кратък разговор между приятели. Не остава без внимание и посетителят турист, не е изключение и поканата да "поседне с нас". Германски туристи на село споделят впечатлението си от бързата контактност и създаване на приятелска среда с новодошлия. Вероятно играе роля намалената събитийност, поради което срещата с друг човек е малко събитие и предизвиква отклик.

- *Селски празници, сборове, състезания и лично участие.* Без съмнение големите спортни събития стават в големия град. Но те създават и проблеми за обикновения човек.

При футболния мач няколко фаворизирани творци създават събитието. Това са майстори в играта, супермени, богове на запалянките. И хиляди "спортни привърженици", приковани на трибуните или пред телевизора. Зрител - личностното му участие в спортната проява е само да направи избор по една съмнителна логика - за сините или за белите. Не е ли това фактор на енергийния заряд за хулиганство и криминални прояви по улиците на големия град след спортното зрелище? Избухнал е бунт на дребосъка-зрител, възбуден от битката на новите титани, почувствал се пред тях като различие-нищожество. Бунт на смалената личност срещу неудовлетворителната ѝ роля като зрител, може би и като личност, като социална и семейна роля; проява на човек с нараснала нужда от личностна забележимост и от възражение срещу нищожеството си на трибуните. С какво може да получи своята изява?

Според сведения на МВР и охранителната полиция всеки клуб има "твърда" агитка от 5-7000 човека. Част от тях не подлежат на контрол - идват да създадат напрежение и да се сбият. 80% от хулиганите са от София, другите от големите градове. Според анализите на социолози хулиганските прояви изразяват отрицание към установени ценности,

желание да се покаже физическо и психическо надмощие, липса на възможности за социална изява.

При селските празници и спортни изяви няма разделение на хората - едни само фаворити, а други пасивни зрители. Тук всеки може да стане участник - поляната, мегданът, улицата-сцена са достъпни за всеки. Най-лесно е на хорото - погледай стъпките и се хвани! На тепиха за свободна борба всеки може да излезе - и спорт, и зрелище, и възхищение, и смях! Може и да пее след любителския хор. Липсата на професионално равнище демократизира достъпа - всеки се чувства с възможности. Тук липсва професионализъмът на спортните и сценичните титани, който превръща другите в нищожества. Къде другаде освен на село рингът е свободен и сцената е за всеки. Стотици граждани се стичат на традиционните празници в село Мрамор, Софийско, на празника на зетьовете в Етрополе. Чакат да участват, а някои подготвят и свой номер, с месеци.

В нашето урбанизирано време с елитарна култура се засили интересът към атракции, предлагащи участие за всеки: празника със замерване с домати - може да улучиш - малко постижение и смях за всички; или бягане пред бикове в Испания - героизъм и за малкия човек. Колко повече култура и личностно удовлетворение за хилядите, за местните селяни и за туристите носят нашите селски атракции. Предоставяйки поле за изява на всеки, те са с възможностите на една социална лечебница и профилакториум - срещу натрупана потиснатост, депресии и неудовлетворение от житейската роля.

• *Празниците на религиозна и етническа основа.* У нас е още в началото, но в страни като Австрия, Германия и др. форма на селския туризъм е градското семейство да прекара Коледа на село с познато вече селско семейство. Само тук оживяват картините от коледните картички - със затрупаните от сняг селски къщи, улици и дървета. Атмосфера на интимност, на приказен свят и радост и за деца, и за възрастни. Ваденето на кръста на Йордановден вече привлича граждани от далеч. Участват и мюсюлмани - малки изяви на етническа толерантност, която има своите прояви и на Великден, и на Байряма. Взаимното проникване на култури на религиозна и етническа основа може да се види на село, където хората живеят заедно, а неговият хуманизъм е привлекателен и за градския човек.

• *Истината като елемент на селския туризъм.* Медиите всеотранно завладяват живота, особено на човека в града. Още през XIX век вестникът е в ежедневието на всеки грамотен. Смята се, че през 70-те години телефонът е вече във всяка къща на Европа. Компютърът и Интернет се ползват масово, телевизията повсеместно. Но в бр. 42 от 1999 г. известното германско списание "Der Spiegel" излиза с уводна статия "Развиват или блокират компютърът и Интернет погледът върху действителността"? Поставя се въпросът "за загуба на непосредственост

при възприемането на действителността... за наводняване със свръх-информация, за повърхностния ѝ характер” и т.н. Непрекъснатите добавки към медийните форми създават плътно обкръжение на човека от неестествена информация, фалшиви образи. Изгражда се виртуален свят от екранни образи, технически звуци. Тук къщата не е къща, дървото не е дърво, човекът възприема техническото им възпроизводство. Създава се усещането за живот в нереален свят, което усилва желанието да се попадне в света на истината.

Такъв свят създава селото за изнервеният от неистините градски жител. Тук къщата наистина е къща, конят - кон, дървото - дърво, хората са реалност, а не образи. При анкетите туристите на село невинаги могат да обяснят защо тук се чувстват добре. Но несъмнено съществена причина е истинският свят, свят на естественото, който съответства на природата на човека.

- *Селската трапеза. Винен туризъм.* Не стъкленият, огледалният, порцелановият пластмасовият блясък, не позите на обучени келнери са характерни за селското хранене. Тук хубавото има друга философия - повече задушевност и интимност, сядане при свои.

Селската култура на хранене е съхранена национална култура - една форма на здравия консерватизъм. Тя е съпротива срещу едно настъпление, което обеднява света, "регламентира" хора, вкусове, поведение, начин на хранене, налага норми и начин на живот на силен законодател. За европейците, пише Бориславов (цитирайки Фишер), е било непонятно, че американците могат да се хранят навсякъде и по всяко време - на улицата, на работа, в асансьора или подредени в някое кафене като коне в обор (like horses in a stable), т.е. по начин, в който отсъства всякаква човешка топлина и взаимност. "За прагматичния американец храненето няма друга цел освен да възпроизвежда работната сила, по възможност без да се прекъсва производственият процес. В Европа обядът е (или беше) в ритуално време и място, защитено от натрапчивия хаос на делника" (Бориславов). И у нас, и в много други страни (например в културата на хранене в Китай) ритуалността е свързана с повишена съдържателност на процеса. Храненето е очаквано от фамилията, тогава се усеща семейната близост и семейното чувство. Когато туристът на село се храни с фамилията, той става част от този задушевен семеен кръг, свързан с него чрез ритуалността. Общото хранене в ритуално време и задушевна атмосфера изразява и хуманизма в отношенията - човек се храни, пие кафе с приятели, с хора, които са му приятни. В тази доброжелателна атмосфера се обменят мисли, "разпалва" се настроение на веселие, разказват се шеги. Тук се чува гърлен смях на довольния, отпуснал се човек, което едва ли ще си позволи при нормираното поведение и снобизма в модерния ресторант. Но при старата традиция,

понякога запазена, храненето е и момент на философски размисъл, чете се молитва, напомня се преходността на успеха и сполуката.

Виното е с традиционно присъствие на селската трапеза. Само тук се усеща, че виното е и уважавано, и дори одухотворено питие. Запазено е нещо от обожествяването му - като християнско питие, като кръв Христова. В Библията се споменава над 400 пъти, внушението е, че в живота освен тежък труд трябва да има и радост. Градският турист усеща, че тук виното е "друго" - благодарение на хората, къщата и асмаляка. Виното тук е преживяване, пренасяне в по друг свят. Не случайно от празниците на виното се е родил театърът - този друг свят. Но в селската обстановка този свят е станал по-ярък - създава се от хора с възникнала потребност да се обсъжда. Това е древната традиция - яденето и винопиенето да имат втора част, т.нар. симпозиум, когато се пеят песни и се дискутира. Едва ли подобно отпускане на хората е възможно при притеснителния блясък в модерния ресторант и сериозността на келнера.

Известно е, че класическият винен туризъм се свързва с посещение на винарска изба в замък (шато, Франция). У нас се създава специфичен за селото винен туризъм - винарска къща, с атрактивно обзаведена механа за гостите. Успехът е пълен, когато стопанинът има чара на винаря - с приказката, одухотвореността и атрактивния замах на виночерпец. Не е нужно да се създава фалшива атмосфера на експертност, с ритуални действия по "оценка" на вината. Виненият туризъм успешно се проявява и като едnodневни посещения в известна изба, очаквани от туристите като ново преживяване, настроение и хумор. Характерно за селското винопиене е голямото внимание към мезето, ако не е "изчезнало" в основното ястие. То е и повод за проява на експертност, особено на стопанина-виночерпец.

• *Природата в селския туризъм.* Където и да се отиде на почивка, не може да не се отчете състоянието на местните екологични фактори - въздуха, климата, горите, планините, морето. Но селският туризъм в България се развива и в тясна връзка с екотуризма. Съвместна е и изградената туристическа асоциация - Българска асоциация за селски и екотуризъм (БАСЕТ).

Потребността на homo urbanus да се приближи към природата има различни форми. В големите градове това са изградените паркове и градини, а домашните любимци ги допълват - живо същество до човека. Но тези форми имат белезите на сурогат. Кучето не е първичният природен хищник - то е с търсени човешки черти - да гледа предано, а котката да е гальовна. Дърветата и храстите са подрязани и изравнени - вече далечен отзвук от истинската природа. Но ако в града природата е близко, макар и окастрена, селото е сред нея. То не е заобиколено от безкрайни складове, къщички, предградия, струпани материали. От селото се излиза веднага сред растения, гори, ливади, ниви, реки, тук въздухът е чист, изборът голям. Малкият размер и разпръснатостта на селата води до това, че селото владее

територията с цялата ѝ принадлежаща природа. Затова тук екскурзията, излетът не изискват голяма подготовка - може веднага да се излезе сред природата. За много български туристи на село е характерен прагматизмът при природоползването - да се наберат ягоди, гъби, билки, малини, да се направи сладко – нещо, за което не може да се мисли в големия модерен курорт. Но всичко това е и нещо повече - да се намери ягодовата поляна или гъби, да се срещне диво животно - за туриста това е едно малко приключение, дори достижение, за което се разказва вечер на общата трапеза и при завръщането.

Селският туризъм е типичен отрасъл "приятел на природата" (Natur freundlich). Той се развива, ако има и подходящи природни фактори. Това създава заинтересуваност на субектите от съхранение и възпроизводство на природата, на горите и ливадите, на чистотата на реките и почвите. Тази заинтересуваност дава възможност да се прилага консенсусен принципи при защитата на природните ресурси, т.е. съвместна дейност на стопани, туристи и държава.

- *Селският и културният туризъм.* Положението на селата като владетели на територията ги доближават до многобройните културни паметници по нашите земи. "Чистият" културен туризъм е елитарен - за специалисти или за хора със специални интереси, което ги превръща в група, посещаваща паметници на културата. При селския туризъм такива посещения са едно от многото преживявания. Манастир, древна крепост, разкритата тракийска могила, местност, свързана с исторически събития в близост до селото, не могат да не бъдат посетени. Това обогатява селския туристически продукт, увеличава мотивите почивката да се прекара в даденото селище.

- *Здравни и спортни услуги при селския туризъм.* В селския хотел идват граждани с нараснало здравно съзнание. Част от тях имат представа какво могат да направят за здравето си, но в повечето случаи възможностите на селската обстановка трябва да бъдат показани.

Лекарските съвети имат основно значение за здравното поведение. Същевременно нарасналият авторитет на нетрадиционната медицина доведе до изграждане на клубове за здравословен начин на живот, издаване на списания с директно обръщение към гражданите и препоръки за здравни занимания във всекидневието и по време на почивка. Немското сп. "Kneipp blater-Kneip Verlag", както и други, дава специални съвети за здравни занимания в селския двор по време на почивка. Към възможностите на селската обстановка спадат:

- традиционните екскурзии с предпочитание към планински и горски маршрути. От стопаните се очаква да запознаят гостите си с тях, както и начални указания за здравно поведение;

- специфичната форма "прогресивна мускулна релаксация" на Якобсон от 20-те години на XX век, възприемана днес от широки слоеве на

населението. Тя включва достъпни процедури по налягане и отпускане на мускулите с изживяване на настроение на доволство;

- водните процедури в селския двор. Те включват поливане на краката, на ръцете, постепенно и на тялото с редуване на студена и затоплена на слънцето вода; т.нар. "весела селска баня" - потапяне в обикновено корито на двора; разтриване на тялото и въздушни бани на двора се съчетават с ежедневна гимнастика;

- изграждането на малки плитки басейни на двора за газене;

- ходенето на групата в кръг боси има също здравно значение. През зимата се препоръчва постепенно привикване към краткотрайно газене в снега;

- конният туризъм, който е традиционна част от селския. У нас се създадоха фирми за конна езда по атрактивни маршрути;

- обиколката с каруца по полето, предназначена за по-възрастни;

- ездата на магарета, която също се възприема откъм атрактивната и увеселителната ѝ част и е желана особено от чужденци;

- организираното спортно колоездене с предпочитание към планински маршрути. Някои почиващи вземат със себе си велосипед, но трябва да се практикува и отдаване на велосипеди под наем в самото селище;

- в отделни малки хотели се предлага, подобно на практики в чужбина, ходене бос по килим от обли камъчета. Отчита се тонизиращ ефект. "Килимът" може да се направи като малко съоръжение в стаята или на двора.

- традиционната медицина на село (плацебо ефект). Последните десетилетия се характеризират с нараснал интерес към традиционните народни методи на лечение. Heico Ernst отбелязва широкото им използване, особено от медиците на САЩ. Голямо значение се отдава на "плацебо ефект"-лечение чрез внушение и вяра, на религията и религиозните ритуали. Привържениците на позитивното мислене отдават голямо значение на молитвата. Тя съсредоточава вниманието върху благодарността, т.е върху това, което човек получава и от което се изпълва с доволство и оптимизъм.

Народните методи в голяма степен са съхранени в българските села. Упражняват се от врачки, гадателки и др. Разпространени са ритуални методи по леене на куршум, изговаряне на специфични изрази - от врачката и от нейния пациент, и др. Отчитат се разнообразни ефекти и особено свързани с излекуване от стресови състояния. По подобие на тенденциите в света значително се засилва и интересът към лекуване с билки. Предпазно звучи предупреждението, че народните методи постоянно се компрометират от навлизането на спекулативно настроени лица, които с действията си увреждат здравето.

Сдруженията по селски туризъм трябва да изучат възможностите за използване на "плацебо ефект" в техните селища и да станат гарант за

възможностите на местни врачки, билкари и др; да включат в своята дестинация местни параклиси, свети места (широко известна стана Кръстова гора) с популяризиране на възможностите им.

• *Децата в селския двор.* На конференцията за детската агресивност (април 2004 г., Пловдив) се изнесоха данни, че България е на първо място в Европа по самоубийства на момчета до 14-годишна възраст. Увеличават се тежките случаи в института "Пирогов" на деца, прекалили с дрога и алкохол. Данните говорят за определен песимизъм при децата и откъсване от въздействието на родителите. Известна е привързаността и отговорността на българина към неговите деца. Търсят се форми на съвместно пребиваване на почивка – деца и родители, като се осигурят възможности за отдих и на родителите.

Проучванията в страни на ЕС и у нас показват, че родителите с деца са най-масовите участници в селския туризъм. Селският двор се оценява от тях като здравословна и безопасна среда. Привлекателни за децата са животните. В проспекти на стопани от Австрия и Германия рекламен елемент, адресиран към децата, е "имаме животни за галене"- агнета, козлета, зайци. Интересът и игрите с животните преминава и в грижи за тях - хранене, почистване и др. Този труд изтъква грижата, добрината, но същевременно възпитава и в трудова дисциплина и задължение - за да живее, животното трябва редовно да се храни и пои, "къщата" му да е почистена. Грижата за животни, игрите сред зеленина и ведро небе създават настроение на радост и оптимизъм. "Светът на истината", където петлето е наистина петле, "истински", а не екранни образи или картинки са зайчето, козлето, кончето, магарето, е особено впечатлителен за децата. Детският светоглед, при който приказките и техните участници оживяват, тук намира потвърждение.

В новата селска обстановка се създават и по-добри условия за общуване на родителите с техните по-малки, но и пораснали деца. Увеличават се и възможностите им за въздействие върху тях. Налице са и условия родителите също "да си починат" в компанията на нови познанства. Практиката на селския туризъм в европейските страни е отишла напред и трябва да се използва у нас. Туристическите сдружения подготвят специални картинки за оцветяване от децата, докато родителите са заети със себе си. За децата се засилва познавателният елемент - на основата на наблюденията "на живо" се извършва оцветяването на картинки с животни и цветя.

Туристически типове при селския туризъм

Туристическите типове са онези пазарни сегменти, към които трябва да се адресират специализираните продуктови пакети. В туризма изобщо на тях се обръща значително внимание, за да се осигури съвпадение между търсене и предлагане. В общата структура от типове за селския

туризъм интерес заслужават поне няколко от тях по класацията на Rudolf Kampchausen. Неговият "активно наслаждаващ се тип" има предпочитание към изисканата обстановка на модерния туризъм, с много лукс, възможности за упражнение на специални спортове, за нови познания и среда, в която се стреми да заеме престижно положение. Тези млади хора не изпитват финансови ограничения, но нямат интерес към типичния селски туризъм. Наблюденията у нас обаче показват, че не са изключение посещенията им в села и селски райони. Обикновено се търсят екзотични селски сборове и празници - например чрез едно-дневни посещения на нестинарски игри, атрактивни и известни битови ресторанти. Туристи от Пампорово посещават Триградското ждрело и местния рибен ресторант; на Йордановден - хвърлянето на кръста; Баташкият язовир се посещава за упражняване на специализирани спортове, но интересът към местната селска култура е слаб. Богатите им финансови възможности ги правят желани посетители на селищата.

Ако се вземе за основа проучването на Lender за типовете туристи на село, то с прибавки на наши проучвания могат да се оформят следните типове:

- Тип 1 - млади хора, учащи или служители в компания могат да се срещнат в селския курорт за непродължителни пребивавания. Обикновено са малки затворени групи, заети със собствените си преживявания. Въпреки неголемите си финансови възможности търсят добро обслужване, стаи с битови удобства. За тях са привлекателни възможностите за екскурзии, посещения на атрактивни местности, природни обекти, екзотични разходки с коне или магарета. Според Lender те са около 3% от участниците в селския туризъм.

- Тип 2 са около 40% от туристите на село. Това са семейните с малки деца. Претенциите им са към удобствата на стаята, на двора, екологичната характеристика на местността, здравната служба на селището. При тях е характерна по-голяма зависимост от стопаните, поради което социалната характеристика на същите - готовността им да помогнат при семейни проблеми, е с повишено значение.

- Тип 3 са семейни с деца от 7 до 14-15 години и са втората по значимост група при селския туризъм - заемат до 40% от туристите. Имат още по-големи претенции към околността, към наличието на интересни маршрути. Търсят сближение със стопаните и с другите туристи. И двата семейни типа са пестеливи, предприеманите екскурзии често са свързани с прагматични цели.

- Тип 4 са обикновено двойки в активна възраст - около 50-60 години. Претенциите им са към екологичната характеристика на местността, възможностите за екскурзии и разходки, качеството на обслужването и наличието на заведения.

- Тип 5 са възрастни над 60 години, обикновено пенсионери с ограничени финансови възможности. Изискват удобни стаи, възможности сами да си приготвят храна, предпочитат селища, които са интересни за разходка. Тук се отделя и една група (в някои страни на Европа наричани сеньори) в напреднала възраст със здравословни и двигателни проблеми. Те обичат пребиваване в селото заради природните фактори в самия двор и близката околност, заради хуманизма на селската култура. Пребивават продължително и заплащат добре, но при нашите условия все още са малко познати.

Типът стопанин при селския туризъм

Интересът към тази типизация произлиза от голямата роля на стопанина и на хуманизма в отношенията при селския туризъм. Типовете се определят според критерии, които тук са от голямо значение - как стопанинът посреща и настанява гостите си; умее ли да общува с тях и да създава атмосфера на доброжелателност и хуманизъм; умее ли да организира почивката, да създаде добри битови условия, вкл. безаварийно функциониране на уреди, апарати и др; тактично да решава проблемите на плащане и свързаното с тях качество на услугите; умение да поддържа добри и полезни за всички отношения с колеги в бизнеса, с институциите и др. Според тези критерии могат да се диференцират 5-6 типа стопани при селския туризъм.

Качество на продукта на селския туризъм и неговите проблеми

Ако качеството е равнище на потребителна стойност, адресирана към потребители с определени претенции, то идентификацията на това качество има своите проблеми. Макар и с възражение, петзвездната система на оценка на хотелите е разпространена повсеместно. Тя фиксира критерии като условия в стаите за подслоняване, обща инфраструктура на хотела и удобства за туристите, квалификация на персонала, свързана с образователно равнище, знание на езици и др. Извън вниманието обаче остават решаващи параметри на качеството на селския туризъм - социални, хуманитарни качества на стопанина, умението му да общува с гостите, битовото своеобразие - на къщата, на обзавеждането и двора и др. Законното регламентиране на качеството чрез категоризацията на хотелите не трябва да принижавя ролята на своеобразието при селския туризъм, което е основен привлекателен фактор. В същото време категоризацията е актуална и за селския туризъм. Тя спомага на туристическия пазар да се позиционират малките, неизвестни хотели, които нямат възможностите на големите хотели от специализирани вериги. Проведени проучвания (Witt - Германия, Холандия; В Станков, Г. Станкова-Данева – България) изтъкват голямото значение, което се отдава на

удобното легло и матрак, на тоалетна и баня с постоянна топла вода. Проучванията в България показват, че потребностите от санитарен възел към всяка стая, принудително, автоматично проветряване на тоалетните са по-скоро латентни, защото при съществуващата сега икономическа ситуация не са придружени с масова готовност да се плати за тях. Изпъкват предпочитания към селско своеобразие на къщата, битово обзавеждане при осигурени удобства и др.

Предприятия, стопанства и други при селския туризъм

Туристическите услуги тук се извършват от различни по самия си характер функционални единици. Освен предприятията и стопанствата значителна роля играят лесничествата с функциите си по подържане на горската инфраструктура; пътните управления; общините; читалищата със сформирани в тях певчески и танцови трупи. При дуалната структура на нашето земеделие двата основни типа стопанства участват по различен начин в селския туризъм. С големи възможности са малките стопанства с ограничена стокост. Тук са преди всичко пенсионерите, безработните или частично безработните. Наличието на свободно време и подходящи къщи позволява да се осигурят търсените условия при селския туризъм - добри битови условия, общуване с туристите и грижи за тях. Големите предприятия - кооперации, ООД, АД и др., имат възможности да развият самостоятелен отрасъл селски туризъм; кооперациите да подпомагат членовете си при извършване на хотелиерска или ресторантьорска дейност (чрез снабдяване, транспор-тиране на гостите, реклама, организационна дейност и др.).

Икономически специфики на селския туризъм

Те засягат целите на предприятията. Особеностите на постигането на първата - печалба и рентабилност при икономическата ситуация в селските региони, проличават при концептуално обособяване на трите социално-икономически персонажа - собственик, стопанин (предприемач) и работник. Обикновено тук са обединени в едно физическо лице. Собственикът е инвеститорът в предприятието. Като награда за своите функции той получава лихвата от вложения капитал. Извършвайки бизнес-хотелиерство или ресторантьорство с част от къщата си, стопанинът фактически капитализира тази част. Разглеждана като капитал, тя трябва да носи доход от собствеността, т.е. лихва (рента). Извършвайки услуги с личния си труд, стопанинът се превръща в работник, който му носи трудовия доход - работната заплата. Когато от общите приходи се извадят типичните производствени разходи, лихвата от капитала и работната заплата (алтернативни разходи), се получава действителната предприемаческа печалба - доходът на предприемача (стопанина).

Извършените изчисления по метода на модифицираните разчети при хотелиери в Родопския регион показват две характерни икономически ситуации:

- *Ситуация 1.* Стопанин (и собственик) е капитализирал част от къщата си, отдавайки стаи под наем. Капиталът за тази част е 60 000 лв. за строителната част и 12 000 лв. за обзавеждане. Обслужването на туристите се извършва средно от един член от фамилията. Годишните приходи са 12 500 лв. от обслужване на туристите и 500 от продажба на продукти собствено производство. Разходите са: за храна на туристите – 2000 лв., за електроенергия и др. – 600 лв. Лихвата по банковите депозити е 5%. Средната възможна заплата на работник в хотелиерството е 3000 лв. + 700 лв. СО и др. Данъците и други фискални разходи са 1000 лв., плащания по застраховки и др. – 300 лв. Доходите са:

- а) като *собственик* на капитала хотелиерът получава лихвата - 5% от стойността му (72 000 лв.), или 3600 лв. Това е алтернативният приход, който би получил, ако вложи парите си в банката - единствено възможно вложения при икономическата стагнация в района;

- б) като *работник* по обслужване на туристите – 3000 лв.;

- в) като *предприемач* (стопанин) получава печалбата, която е:

разходи по обслужването вкл. фискални, лихви, вноски ООД и др. минус $2000 + 600 + 3000 + 700 + 3600 + 1000 + 300 = 11200$, или

$13\ 000 - 11\ 200 = 1800$ лв. предприемаческа печалба.

Общият доход на хотелиера - като собственик, предприемач и работник, е сборът от трите дохода - 8400 лв., което е един от добрите варианти на доходност в изследваните райони.

- *Ситуация 2.* Вложен е капитал в същия размер - общо 72 000 лв. Хотелът е в ситуация, при която разходите са по-ниски - общо 12 400 лв., а приходите са по-малки - 12300 лв. Хотелът реализира загуба от 100 лв. Доходите на хотелиера като обединение на доходите на трите социално-икономически персонажа са:

- а) като собственик – 3600 лв.;

- б) като работник по обслужването – 3000 лв.;

- в) като предприема - загуба от 100 лв.

Общо доходът е $3600 + 3000 - 100 = 6500$ лв. Това е характерна, при това *приемлива* икономическа ситуация, при която работят много от стопаните в селския туризъм - специално в Родопския регион при неактивни туристически потоци. Значителна част от тях изобщо не реализират предприемаческа печалба. Мотив за туристическа дейност съществува поради *спецификата* на икономическата обстановка в *много* села - при масовата безработица и ниската конвертируемост на труда на безработни и пенсионери на село те си създават работни места на базата на капитализираната си къща - в случая реализирана "заплата" от

3000 лв. Като капитализират част от къщата си, фактически те "оживяват" една мъртва инвестиция в къща, която досега не е носила доход - това са 72 000 лв. фактически неконвертируеми средства. Така те реализират дохода от собствеността, цената на капитала (лихвата) в случая е 3600 лв. Дори загубата от 100 лв. (негативна печалба) не прави начинанието нерационално и развитието на селски туризъм - немотивирано икономически. Тази специфика е причина стопаните да се задоволяват и с ниска цена на своите услуги. Характерна е и ниската цена на поднасяните закуски, обеда и др., когато се използват продукти собствено производство. Стопаните са принудени да ги приемат поради монополното положение на закупчици и посредници в много селища. Освен това големите фирми като "Данон" и др. изобщо отказват да закупват например мляко от дребните стопани на крави поради лошата хигиена на млекодобива. В тази пазарна ситуация стопаните са доволни и от ниските цени, които им позволяват да реализират поне част от своята продукция. Туристите се превръщат в "доведени клиенти", в т.ч. и за продажба на пресни зеленчуци, месо и др. след завършване на почивката. Предстои обаче увеличаване на ветеринарно-санитарния контрол и на условията при разрешителния режим за продажби.

Облагородителна стойност на продукти собствено производство при хранене на туристите

Методът на изчисляване на стойността на продукти собствено производство, които не достигат до пазара, е широко използван от фермерите на ЕС (вж. Steinhäuser, H и др.). Той дава възможност селянинът да изчисли какво получава от тези продукти, когато ги вложи като суровина в продукт, достигащ до пазарна реализация. В случаят той позволява да се разкрие икономическият смисъл от ниските цени на закуските, поднасяни на туристи, и приходът от продукти собствено производство. Методът е свързан с допускания и условности, което го прави и субективен, но е единствено възможен за решаване проблема. Изчисленията са направени на основата на наблюдения във фамилни хотели в Триград, Широка Лъка - Родопите, в с. Маджаре - Софийско и др.

Закуска общо за 4.50 лв. включва продукти собствено производство - 10 бр. яйца и 200 г овче сирене. Използват се закупени олио за 0.20 лв., хляб за 0.38 лв., електроенергия за 0.40 лв., труд на домакинята, оценен за 0.90 лв., захар, конфитюр за 0.60 лв. При тези условия облагородителната стойност на яйцата и сиренето общо е: $4.50 - (0.20 + 0.38 + 0.40 + 0.90 + 0.60) = 2.2$ лв. приход от двата продукта общо. Ако иска да определи прихода само от сиренето, стопанинът трябва да провери на каква цена може да продаде яйцата на местни търговци. При цена 0.10 лв. на яйце реализираната чрез закуската цена на 200 г сирене е $2.2 - 1 = 1.2$

лв., или на кг овче сирене тя е 6 лв. - твърде добра за местните условия. По аналогичен начин цената на яйцата при условие, че сиренето може да се продава на търговци за 3.8 лв./кг, е общо 1.44 лв., или по 0.14 лв. на яйце. В случая при тези изчисления не е отделена общата печалба от закуската, но тя може да се извади от облагородителната стойност - 2.2лв., което намалява размера ѝ.

Целта за ликвидност при типичния селски туризъм се постига полесно: При наличие на собствена къща стопанинът не се нуждае от големи кредити; използването на собствени продукти и труд намаляват текущата задлъжнялост. Все още обаче не са достатъчно популярни и дори осмисляни новите условия за финансиране на селските региони, вкл. на селския туризъм :

Банковото финансиране е една опосредстваща система, подчинена на целта за печалба - типична за капиталовото предприятие. Банковото поведение се приема като застрашително от селяните, което е семантиката на думата "борч". В редица страни (САЩ, Канада) банковата дейност се ограничава, изместена от стремежа на собствениците на пари да инвестират директно без банков посредник - един добър пример и за нас. По-важна е обаче рязко нарасналата роля на фондово финансиране, особено от еврофондовете, което съществено подобрява ликвидността. Целта на това финансиране не е печалбата, а разрешаването на определени задачи. Селският туризъм целево се финансира от фонд САПРД, от национални фондове на европейски държави и САЩ, насочени към постигане на екологични цели, подпомагане на селски региони и др. При тях се отпускат безвъзмездни или частично безвъзмездни суми, безлихвени или с облекчени лихви. Министерствата на културата, на икономиката и др. у нас също имат фондове, с които могат да се финансират проекти за селски туризъм.

Вече е създадена нова философия на финансиране на селския туризъм и селските региони изобщо, която облекчава развитието, без да застрашава ликвидността при наличие на обосновано проектиране.

По-проблемна е целта за възпроизводство с качествено развитие на условията за почивка. Ниската рентабилност сега не позволява своевременно да се отговори на нуждите за качествен растеж на материалните и кадровите условия, което актуализира ролята на подпомагащите фондове и тук. Целта за хармония на отрасъла със социума се реализира в най-голяма степен с екологичната му система и правната му защита - селският туризъм е типичен "приятелски настроен" към екосистемата отрасъл.

Селският туризъм е перспективен отрасъл на туризма у нас. Това се дължи най-напред на актуалността на неговия продукт, наситен с хуманизъм, на своеобразията на неговата култура, с елементи позволяващи отмора от градския живот в техносфера, стресови фактори и

анонимизиране на обикновения човек. Неговата философия трябва да бъде разбрана както от заетите в реализацията му стопани, така и от институциите които влияят за неговата развитие. Целите за икономическо развитие на селските региони се постигат в значителна степен чрез развитие на селския туризъм

Използвана литература:

- Бъчваров, М., Ц. Тончев.* Основи на туризма. С., "Тилия", 1996.
Доганов, Д. Маркетинг в Туризма. С., "Prinseps", 2000.
Кожухарова, В., С.Добрева. Духовният живот в българското село - регулатор на социалните отношения.- В: Духовният живот в българското село, Изд. "АЛЯ", 2004.
Костов, Е. Устойчиво развитие на селския туризъм. С., "Стопанство", 2001.
Стайков, З. Възпроизводството на Време – Капитал - Бог. С., "Балкан Прес", 2000.
Foiera, R. Bauernhoftourismus -Tourismus im Landlichen Raum in Schweiz. Heft 159. Zurich, 1993.
Harry, R. Tourismus – Betriebswirtschaftslehre. Oldenburgverlag - Munchen, Wien, .2002.
Heico, E. Credo Konsulans "Ich glaube ich werde gesund" - Psychologie Heute, 2005, N 3, D.
Kamphausen, R. Reisenverkehrsbetriebslehre.Gabler, GMBH, 1992.
Kneip, Bl. Kneip Verlag Deutschland, 2000, N 4 - 8.
Lender, P. Preferenzen von Urlauber auf Bauernhofen in Schleswig Holstein. Empirischen untersuchungen. Kiel, Cristian Albrecht Universitat, 1996.
Steinhauser – Langbehn - Peters. Einfurung in die Landwirtschaftliche Betribs lehre, Ulmer Verlag. 1992.

6.II.2006 г.