

## **АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ПРОВЕДЕНОТО СОЦИОЛОГИЧЕСКО ИЗСЛЕДВАНЕ**

**ВЪЗЛОЖИТЕЛ: ФОНДАЦИЯ „АКВА МИНЕРВА“**

**ИЗПЪЛНИТЕЛ: „ТИХИ 365 ЕООД**

**ДАТА НА СТАРТИРАНЕ НА ДЕЙНОСТТА: 02.01.2023 Г.**

**ДАТА НА ПРИКЛЮЧВАНЕ НА ДЕЙНОСТТА: 16.01.2023 .**

**ПЕРИОД НА ИЗПЪЛНЕНИЕ: 15 ДНИ**

**ДЕЙНОСТ № 1 „СОЦИОЛОГИЧЕСКО ПРОУЧВАНЕ – РАЗРАБОТВАНЕ,  
ИЗВЪРШВАНЕ И ОБОБЩАВАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯТА**

Настоящия анализ е в резултат на проведено социологическо проучване, с което се целеше да се събере информация в следните посоки:

- Изготвяне на профил на местното население,
- Изготвяне на профил на туристите и възможностите за това;
- Изготвяне на профил на местата и възможностите за туризъм и отдих.
- Събиране на база данни от обекти, места с културно и историческо значение и наследство.
- Събиране и систематизиране на информация за региона за възможностите за дейности в областта на аквакултурите.

Дейността беше проведена съгласно разработената методология и спецификите при изпълнение на дейността. Обхванати бяха всички населени места в Община Пазарджик 32 броя, включително и гр. Пазарджик. Анкетата беше проведена с 127 лица. Разпределението е сравнително равномерно за всяко населено място с много малки изключения в някои по-големи населени места и самият град Пазарджик.

Въпросите бяха разработени така ще присъстваха и от трите типа:

1. Въпроси със структуриран отговор (закрит тип).
2. Въпроси със свободен отговор (открит тип).
3. Въпроси с полуструктуриран отговор (полузакрит тип).

**Основно беше използван Анкетния методи** - обхващат група методи, основани на непосредствено (беседа, интервю) или опосредствано (анкета, въпросник) взаимодействие на изследователя с респондента (лице - източник на информация). Информацията се обективизира в устно или писмено съждение на респондента.

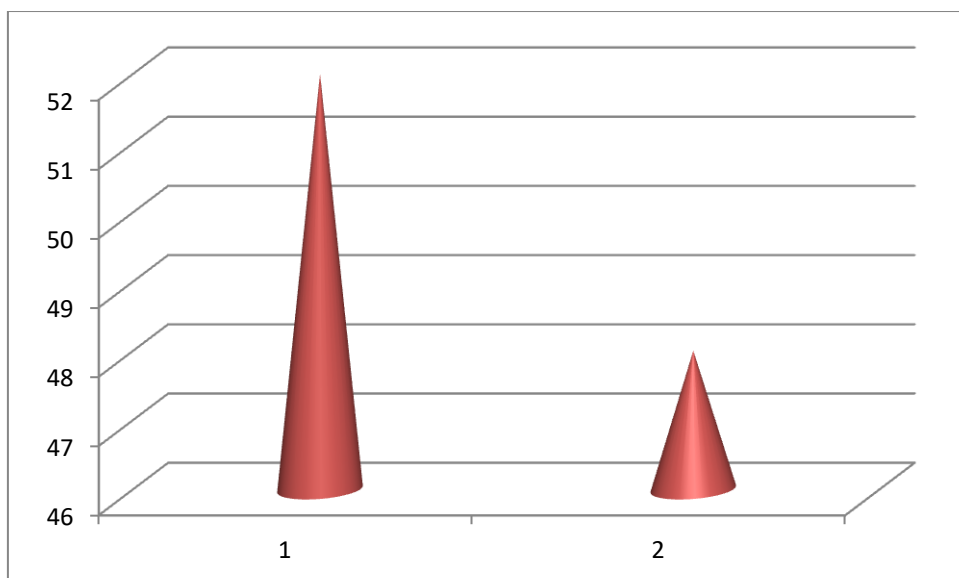
Самият процес - анкетирането се разглежда като процес на комуникация, в който участват две страни:

- Лице, което ръководи анкетата – анкетър, изследовател, ръководител;
- Лицата, които се анкетира – респонденти.

На базата на представената кратка основа за провеждане на социологическото изследване може да представим някои резултати в цифри.

След обработка на информация от анкетите сравнително по равно е броя на жените и мъжете взели участие.

- 52 % са жени участвали в анкетата;
- 48 % са мъже участвали в анкетата;

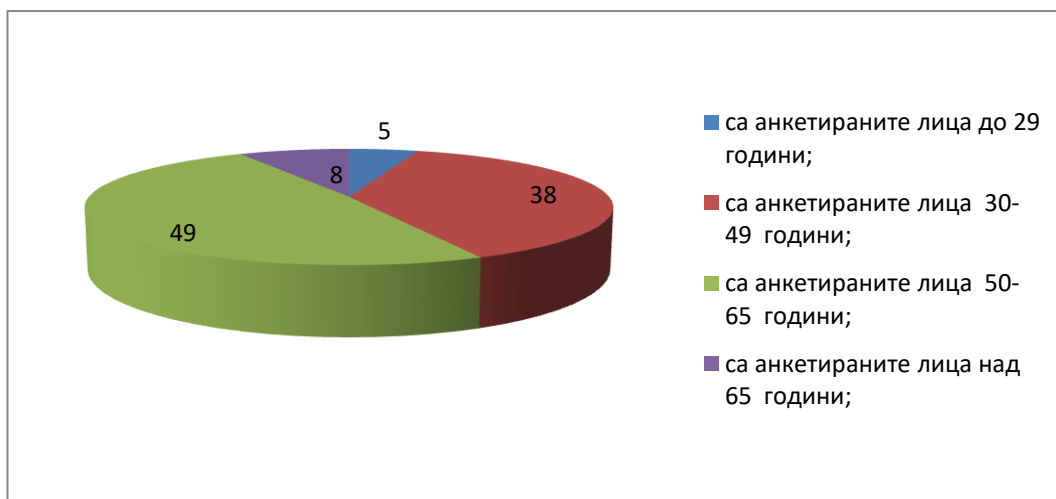


Позиция - 1 52 % са жени участвали в анкетата;  
 Позиция - 2 48 % са мъже участвали в анкетата;

Това превъзходство на жените може да се каже, че е в резултат на това, че дамската част винаги са по-социални и готови за разговор и споделяне.

По отношение на възрастта не сме правили задълбочен разрез и изследване, защото в случай не от значение. Може да представим общ вариант в разпределение на цифрите:

- 5 % са анкетираните лица до 29 години;
- 38 % са анкетираните лица 30-49 години;
- 49 % са анкетираните лица 50-65 години;
- 8% са анкетираните лица над 65 години;



Може да се каже, че процентното съотношение е очаквано поради следните особености. Лицата до 29 години са активни и работещи. В някои от случаите те или са случайно попаднали, или участващи в отглеждането на дете или към момента на анкетиране са пожелали да участват.

Най-голям дял има на лицата 50-65 години това са лица работещи в населено място библиотека, кметство и др. Активни- работещи и поради това при провеждане на анкетирането са с най-голям процент. Следващите това лицата 30-49 години те са по-малко защото в по-голямата си част са работещи в друго населено място заради по-доброто заплащане в тази най-активна възраст. Най- малък е процента на лицата над 65 години. Важно да се отбележи, че така представеното разпределение по възраст смятаме, че дава обективна предпоставка информацията да не е изкривена .

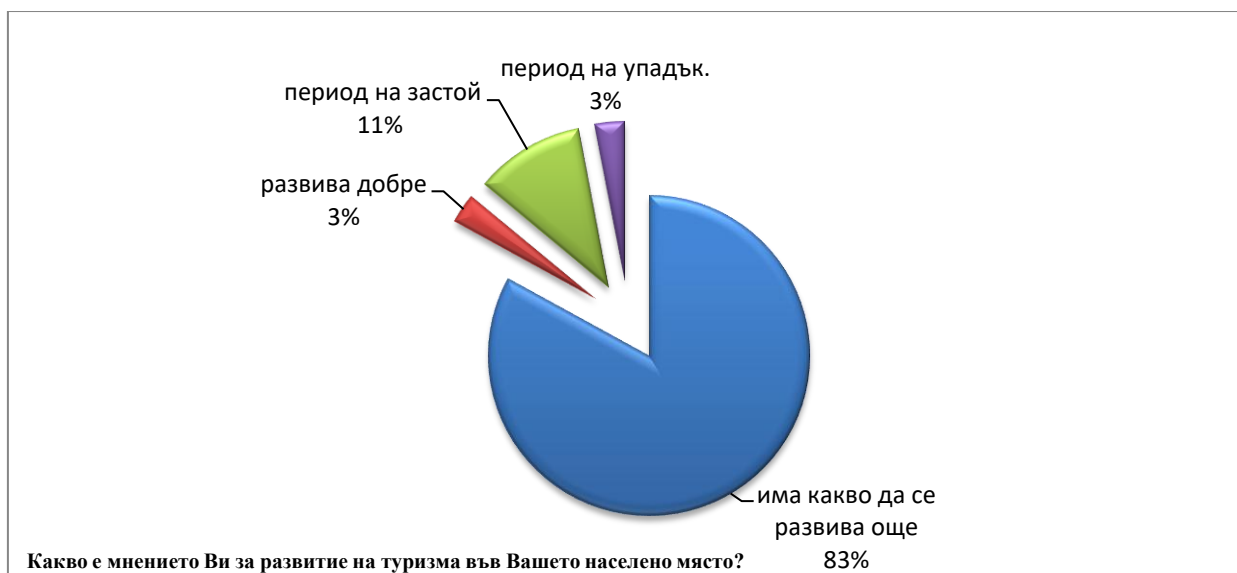
Същата тенденция се наблюдава и в посока на това, което са се самоопределили

- 8 % пенсионери;
- 85 % наемни работници;
- 3 % общинска администрация;
- 4% земеделски стопани

В конкретното социологическо изследване това не е важно и от значение, защото статуса само допълваща информация.

Стартирахме с въпроси, които да ги провокираме да разберем тяхното мнение относно туризма. На въпроса **Какво е мнението Ви за развитие на туризма във Вашето населено място?**

- 83 % са на мнение - има какво да се развива още
- 3% смятат, че се развива добре
- 11 % са на мнение, че са период на застои
- 3% са на мнение, че са период на упадък.



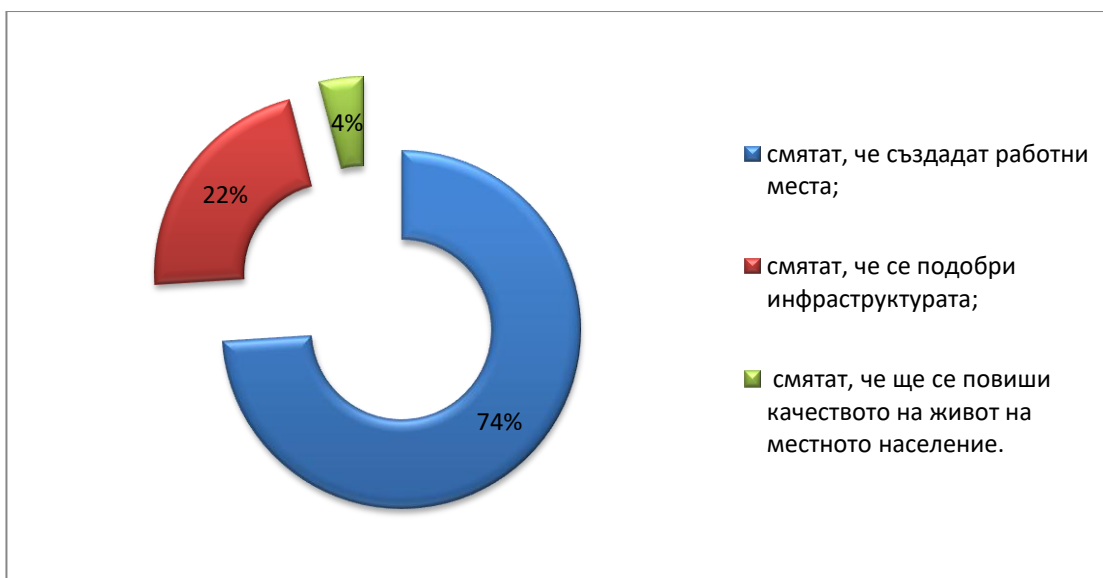
Данните ясно показват тенденцията, която се очертава. Лицата са наясно, че туризма е източник на приходи и неговото наличие е важно за района. Да има известен процент, който смята, че се развива, но това е града и с малки изключения няколко населени места където има известно раздвижване. Друг важен процент е това, че смятат, че са в застои и упадък. Имат основание да имат подобно усещане предвид националната стратегия в тази посока. Трябва да се подчертае, че и от страна на общината няма особен приоритет и стратегия за развитие на туризма, и в частност селския.

На въпроса - **Как оценявате влиянието на туризма върху развитието на Вашето населено място?** – получават се следните резултати:

- 96 % споделят, че ще влияе добре;
- 4% споделят по-скоро добре;

На въпроса - **В какво, според Вас, се изразява влиянието на туризма за Вашето населено място?** Отговорите също показват очакванията на хората

- 74 % смятат, че създават работни места;
- 22 % смятат, че се подобри инфраструктурата;
- 4 % смятат, че ще се повиши качеството на живот на местното население.



Това може да се тълкува, че анкетираният виждат чрез туризма източник на доходи, което на практика е така и чрез него възможности за решаване на проблемите, които местната и национална власт не решават и повод да има причина за това решаване.

Получените резултати и от следващия въпрос ясно доказват направените изводи. На въпроса - **Какво може да се подобри по отношение на предлагането на туристически дейности/услуги?**

- 84% посочват подобряване на инфраструктурата;
- 6% посочват социализиране на природните и културни обекти с туристически потенциал и тяхното популяризиране;
- 2% посочват осигуряване на достатъчен брой квалифициран персонал;
- 4% по-голямо разнообразие на предлаганите туристически продукти;
- Останали проценти лицата посочват други от посочените отговори;

Това показва, че лицата осъзнават един от основните си проблеми за това да имат по-добра инфраструктура за да е приятно и комфортно на туристите. Ясно разбират, че е необходимо за рекламиране на туристическите продукти тяхното промоциране и разнообразяване или предлагане на пакети туристически продукти да не се фокусира човек само върху една възможност за отдих и релакс. Например посещението на забележителност може да бъде свързана с еко туризъм, планинарство, риболов или велотуризм.

В следващите 5 въпроса на практика чрез тях събрахме информация от анкетиранията лица за туристическите ресурси на населеното място. Голяма част от информацията се получи и чрез така наречените неформални разговори с участниците. Целта на настоящето социологическо изследване е да събере

информация за туристическите възможности в населеното място, а не проучване на очакванията. Чрез събраната информация, която беше обобщена, систематизирана и извършен допълнителен ризърч се постави основите да се изгради Информационни сайт за туризъм на Община Пазарджик.

На въпроса **Бихте ли проявили интерес към организираните на различни туристически или културни събития във Вашето населено място ако има такива?**

- 55 % са посочили Да
- 45 % са посочили По-скоро ДА

В проведеното проучване и неформалните разговори се установи, че в 98 % от населените места има изключителен социален живот на общността. Да тя не е с амбицията за някаква туристическа атракция, но определено вътре в общността лицата се самоорганизируют и имат различни събития. Може би е необходим по-сериозен мотор на ниво Община за период от време за да превърне дадено събитие с културен или туристически характер тоест продукт.

- 83 % от лицата получават информация за конкретното събитие чрез социалните мрежи;
- 15% от приятели и познати;
- Останалите до 100% са посочили различни от по-горе посочените отговори.

Получените резултати ако се разгледат в общата картина на селския туризъм в България ще видим, че проблемите, очакванията и възможностите са еднакви. Разглеждайки тенденциите в селския туризъм България в контекста на настоящето социологическо проучване може да представим някои специфики и характеристики.

Туризмът в България се характеризира с много висок темп на развитие през последните 20 години, в резултат, на което се наблюдава ултра урбанизиране и пренастищане в туристическите курорти. Това води до отлив на туристи в тази посока спомогна и КОВИД – 19 през последните 2 години. Тази тенденция стимулира и води до търсене на нови възможности. Добра възможност в това отношение е създаване и развитие на селския туризъм. Неговата поява е очаквана, имайки предвид характеристиките и особеностите на туристическия пазар. Селският туризъм е алтернатива на масовия туризъм, чиято материална база и туристически продукт се характеризират с потискащо

еднообразие.

Селските общини заемат 81% от територията на страната и 42% от населението. В страната съществува не еднакво развитие в селските и градските райони по отношение на икономическо развитие, образователно ниво, достъп до основни услуги. Селските райони в някои части на България се характеризират с изостаналост в икономическо, социално и културно отношение; населението е застаряващо; стандартът на живот е нисък; влошена е инфраструктурата. В контекста на това може да се каже, че около 98 % от населените места в Община Пазарджик са в обратната тенденция – населените места са обновяват с млади хора, които предпочитат живота в къща и работят в града, респективно техните деца учат в града въпреки училища в почти всички населени места.

В България има позитивно отношение към селските региони. Корените на българския дух и характер могат да се открият в българското село, съхранило в най-голяма степен своеобразието на българските традиции.

Вече могат да се посочат селски области, които поставят началото на развитие на селски туризъм в България, а някои от тях са натрупали значителен опит. Има региони и отделни селища с много добри възможности за селски туризъм и с позитивни прояви, инициативи и постижения в практикуването му.

В развитите западноевропейски страни като Франция, Англия, Холандия, Ирландия, Германия, Испания и др. практикуването на селски туризъм се стимулира на национално равнище. Туристическите пътувания към села и селски райони заемат вече второ място след ваканциите на море. Тази тенденция се отнася и за България.

Според Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ) интересът към селските области се е засилил. Повишаването на търсенето на продукти на селския туризъм е около 6%.

Националната политика окуражава и благоприятства селския туризъм и туризма извън градските области. Практиката показва, че не е последователна



и координирана.

През последните години се предоставиха редица проекти, даващи възможност да се стимулира развитието на селския туризъм. Седем оперативни програми се финансират от Европейския съюз. Две от програмите предоставят средства за развитие на туризма и съпътстващите го дейности. Въпреки това опитът на българския селски туризъм е все още ограничен. В отсъствие на координирана национална политика и промоция на този вид туризъм, повечето дейности и продукти остават относително непознати и получават слаба подкрепа от местната и централната власт.

Окуражаването на развитието и маркетинга на селския туризъм е слабо, а местната промоция разчита предимно на международни проекти. Концепцията за развитие на защитени зони, свързани със заобикалящите селски общности, които се фокусират върху туристически дейности, може да стимулира развитието на туризма в селските области. В контекста на това има населени места в Община Пазарджик като – Паталеница, Църнча, Юнаците, които са изключително богати на исторически забележителности в синхрон с това може да се съчетае с местните традиции, които са все по атрактивни по време на Тодоров ден, Гергьовден, Лазаров ден и др. От другата страна има населени места, които нямат исторически паметници, но пък природата за еко туризъм, вело туризъм, фототуризм и др. тук може да посочим - Цар Асен, Тополи дол, Черногорово и др. Тези налични дадености културни, исторически и природни трябва да се рекламират, промотират за да се получат своята популярност и да бъдат търсени. Към момента това се извършва само със собствени усилия и това, което местните представят.



Необходима е национална стратегия за устойчив селски туризъм, която да спомогне за направляването на усилията за създаването на важен сегмент от развитието на туризма в извънградската зона. Тя ще даде конкурентно предимство в разширяването както на вътрешния, така и на международния

пазар;

През последните години се отчита положителна тенденция на нарастване интереса към практикуване на селски туризъм, увеличаване туристите, посетили селски региони и ползвали услугите на тази алтернативна форма на туризъм, както и разнообразяване на



предлаганите туристически услуги. Понастоящем, селският туризъм има все по-голяма популярност сред българските туристи, което стимулира повече хора да помислят върху идеята да развият свой собствен туристически бизнес в селски регион като на нещо реално, перспективно и доходоносно. Трудно е да се очертаят точно региони, които да се дефинират като дестинации за селски туризъм. Много автори ги определят като „селски региони“, включващи повече или по-малко от изброените елементи от туристическия продукт. Основавайки се на дефиницията за селски туризъм, такива селски региони, трябва да задоволяват интересите на туристите към традиции, бит, култура, селскостопански и др. специфични дейности, както и към природните, исторически и културни дадености на съответния регион, при спокойствие и непринудени взаимоотношения с местните жители. Такива селищни и крайселищни зони за отдих са най-подходящи за този вид алтернативен туризъм. Селата, подходящи за развитие на селски туризъм се класифицират в една от следните категории: (1) села, предлагащи специфичен фолклор, традиции, специфична кухня; (2) села с атрактивно занаятчийско творчество; (3) села с подходящ климат и забележителен пейзаж; (4) села с възможности за лов и риболов; (5) села с развито лозарство и винарство, овощарство, зеленчукопроизводство и др.; организиране на дегустации; (6) пасторални, планински села с развито овцевъдство; (7) села с възможности за практикуване на различни видове спорт; (8) села с условия за балнеология.

В България съществуват много добри предпоставки за възникване и развитие на селски туризъм. В много селски райони/селища той вече се е

утвърдил като търсена, желана и практикувана алтернативна форма на туризъм с много добри перспективи; на други места се наблюдава възникване и начало на развитие на селски туризъм; има и села, които проявяват намерение да го развият, като алтернатива за компенсиране негативите от селското стопанство на региона.

През последните години активизиране в развитието на селския туризъм се отчита и в Рило-Пиринския край. Някои по-западнали селски региони в Източните Родопи също разчитат на развитието на селския туризъм, като за целта ползват средства по различни проекти. Напоследък към тази алтернативна форма проявяват интереси редица села, намиращи се не далеч от морските курорти. В много села се предлагат повече или по-малко услуги, типични за селския туризъм, съобразно възможностите, традициите и даденостите на съответното селище. Оформят се туристически локации, всяка с нещо специфично, характерно за района и това е добре, защото им създава



своеобразен имидж, а туристите имат определена представа и очаквания. Според някои автори и експерти, в България все по-ясно се очертават два големи региона за селски туризъм: (1) Западна и Средна Стара планина, и Предбалкана; (2) Родопите. Според други – това са

много широки и не съвсем ясно определени периметри.

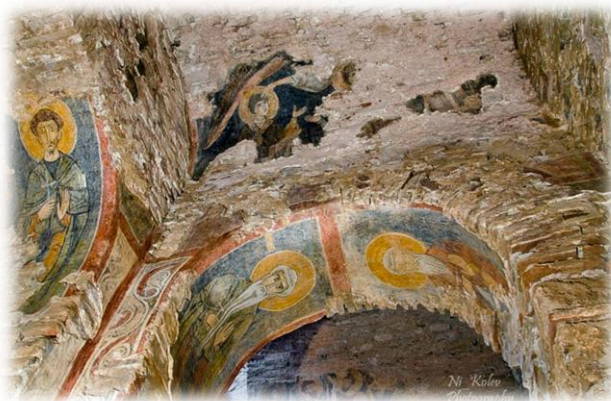
Оформящите се и утвърждаващи се характерни за селския туризъм дестинации са едно от най-важните условия у нас да се развива този туризъм във възходяща посока.

Общинна Пазарджик със своите си дадености на Балкан и история може да изгради и формира туристически продукти така, че населените места да бъдат магнит за селски туризъм. Даденостите за селски туризъм е налице. Мястото е централно намира се между двата най-големи града на България - София и Пловдив всеки един от тях със своя характер за туристическа дестинация в допълнение на това може да се предложи и нещо много различно и автентично

различно от големият град съчетало духа и традициите на народността ни. В тази посока трябва да се работи от ниво национална политика, общинска за да се стигне до местната общност. Това е продължителен процес изискващ постоянство, координация и финансови средства, но привлечения финансов ресурс ще бъде полза като на общността така и на страната. Това е видимо и доказано добра практика в страни като Италия, Франция, Испания, Германия и други.

Населените места в община Пазарджик осъзнават силата на туризма и се опитват да го развиват, но с ограничени средства се правят малки стъпки. Необходимо е подкрепата на голямата община и държавата като цяло за да може и частния бизнес да се развие с по-бърз темп от сегашния.

В заключение за по-нататъшно развитие на селския туризъм в България и частност община Пазарджик е необходимо: изучаване и популяризиране на ресурсите, гарантиращи устойчивото му развитие; съхраняване и развитие на традиционната култура и изкуства; създаване и прилагане на национална и регионални стратегии за развитие на селски туризъм; подобряване на инфраструктурата, засилване на рекламно-информационната дейност, усвояване на средствата за развитие на селските региони.



*Използвана литература:*

1. *Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ).*
2. *Държавна агенция по туризъм (ДАТ). [3] Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони: "Европа инвестира в селските райони", Министерство на земеделието и храните.*
3. *Доклад за състоянието и развитието на селския туризъм в България на Гл. ас. д-р Теодора Ризова Нов български университет*
4. *Снимки Никола Колев*





*Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Програмата за морско дело и рибарство 2014-2020, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за морско дело и рибарство. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от ФОНДАЦИЯ „АКВА МИНЕРВА“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган*

*Настоящият документ е в резултат на изпълнението на Проект „Нови възможности за туризма на Община Пазарджик“, който се реализира с финансовата подкрепа на Програма за морско дело и рибарство 2014 – 2020 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейски фонд за морско дело и рибарство, по Процедура BG14MFOR001-4.047 МИРГ Пазарджик Мярка: 2.2. „Разнообразяване към дейности извън 26.04.2022 г. за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ*