

ст.н.с. д-р **Петър Стефанов Петров**

Географски институт на БАН
Ул. Акад. Г. Бончев" бл. 3
1113 София
E-mail: baret.org@gmail.com



Д-р П. Стефанов е завършил специалност География (хидроклиматология) в СУ (1972). Докторант на Географския институт (1977), от 1994 г. старши научен сътрудник в института, ръководител на секция „Физическа география“ (2000-2008). Професионалните му интереси са в областта на ландшафтознанието, опазването на природната среда, природния потенциал, рационалното природоползване, карстологията, туризма. Участник и ръководител в редица проекти. Председател на Българската асоциация за селски и еко-туризъм (БАСЕТ). Автор е на повече от 60 научни публикации.

Дискусия

ЕДНО ПО-РАЗЛИЧНО ДЕФИНИРАНЕ НА НЯКОИ ОСНОВНИ ПОНЯТИЯ В ТУРИЗМА

Догълнителното изясняване на понятийния апарат, обслужващ практиката и теорията на туризма у нас, изглежда особено нужно сега по няколко, повече или по-малко свързани причини:

1. Разширяване на предмета, т.е. на гамата от туристически дейности.
2. Появата на нови, невинаги достатъчно коректно дефинирани понятия.
3. Безкритичното използване на „вносни“ дефиниции, при това невинаги точно преведени.
4. Нуждата от целево, максимално адекватно на сегашната ситуацията дефиниране, обслужващо законовата база и стратегическото планиране на различни равнища.
5. Подобряване на обучението и образованието.

Въпреки развитието на науката, обслужваща туризма, все още въпросът за еднозначното дефиниране на основните елементи на понятийния му апарат продължава да търси отговор. При това основните понятия са база за дефиниране на редица производни (от по-нисък клас). Налице е изоставане от практиката, където не липсва доста широкото и фриволно дефиниране и тълкуване, свободната употреба на напълно или почти синонимни понятия (поклоннически, свещен, религиозен, сакрален туризъм) и пр.

Съществуват вече достатъчно доказателства за значително разминаване между отделни автори, опитали се да дефинират един или друг същностен туристически компонент. Понятийният апарат непрекъснато се разширява и това изглежда съвсем нормално – не е толкова нормално обаче едно и също съдържание и същност да се дефинират по-различен начин.

Разширяването и усложняването на предмета на туристическите изследвания и особено на обучението, изискват преди всичко лесно възпроизвеждане на дефинициите – достатъчно кратко, точно и разбираемо. Отсъствието на недвусмислен, убедителен отговор на въпросите: *За какво става дума? Какво всъщност представлява това?* поставя под съмнение качеството на научно-практическите разработки и обучителни дейности.

Предвид сегашното ниво на развитие на туристическата практика, целта на настоящата разработка е относително по-различно преосмисляне на някои основни, добре известни понятия (туризъм, туристически ресурси, инфраструктура и др.), както и на по-рядко дефинирани (дестинация) или даже недефинирани до сега понятия (като туристическа атрактивност, например).

Пълният преглед и обстойният коментар на дефинициите едва ли би могъл да се помести в рамките на една статия. В случая ще се използват досегашни, предимно обзорни публикации и на първо място „Въведение в туризма“ на М. Воденска и М. Асенова от 2004 г. (настолна книга за обучение в специализираните структури по туризъм и на първо място – в Катедрата по туризъм в СУ). Другата важна изходна публикация, предназначена за още по-широка употреба, е подчертано актуалния, специализиран „Наръчник на туристическия бизнес“ (М. Асенова, В. Маринов, Е. Дограмаджиева, Д. Семерджиев. – изд. МИЕТ, 2010).

В настоящото изложение ще бъде направен опит да се изведат по логически път дефиниции за 13 ключови понятия, по-различни от досегашните, в следната, не случайно избрана последователност: **ту-**

ризм, отдих, рекреация, туристически ресурси, туристически услуги, туристически обекти, туристическа инфраструктура, туристически продукт, туристическа атрактивност, туристическа дестинация, туристически район, екотуризм, селски туризм.

Тази последователност предполага и допуска при дефинирането на едно понятие използването на други, дефинирани преди това – например „туристически продукт“ (чрез обекти и услуги).

Позоваването на специалистите по логика и на общоприетите теоретични постановки е почти задължително при всички опити за дефиниране на понятия. Проблемът за ориентирането в множеството явления, тяхното разпознаване на базата на повтарящ се отличителен признак е в основата на същността на самите понятия. Според В. Стефанов (2001), формирането на отделно понятие означава да се открие същността, която под формата на признак е образец – правило за разпознаване, идентификация и класиране. Същият автор обобщено отбелязва, че „операцията по разкриване на отличителния и съществен признак от съдържанието на понятието се нарича определение“. Той маркира няколко основни изисквания и правила към определенията:

1. Определението не трябва да бъде противоречиво или да въвежда противоречия в областта, в която се използва.
2. Определението не трябва да бъде кръгово (тавтология).
3. Определението трябва да е съразмерно, да е изпълнено условието за равенство между определяемото и определящото понятие.
4. Определенията по възможност не трябва да бъдат отрицателни.

Освен това, според нас, дефиницията за по-голяма коректност и приложимост следва да отразява и отговаря на достатъчно прецизиран баланс между:

- **представителност** и **изчерпателност** по отношение на същност, обем и съдържание;
- **краткост** (сведени до приемлив минимум допълнителни пояснения);
- **универсалност** в достатъчно широк пространствено-времеви диапазон;
- **разбираемост** – да се ползва от максимално широк кръг потребители, в т. ч. и неспециалисти;
- **недвусмисленост** – не трябва да съществува повече от една логическа линия на съждения;
- **неразчлененост** (цялостна логическа постройка);
- **логическа съподчиненост** (йерархическа връзка на понятия от различен ранг);
- **категоричност** – да не предполага широко тълкуване;
- **преводимост** – използването на местни, диалектни думи и чуждици (например, рус. „урочище“

като ландшафтен термин) задължително трябва да се избягва.

Понятията, които са предмет на тази статия, и варианти на техните дефиниции са докладвани пред тесен кръг научни работници по време на научно-практически конференции във Враца и във Велико Търново (Петров П., 2008, 2009). Впоследствие те са многократно усъвършенствани. По-долу в неслучайна логическа последователност ще бъдат дефинирани отбелязаните 13 основни понятия със съответната обосновка за някои от тях.

ТУРИЗЪМ

За това най-важно понятие съществуват няколко десетки дефиниции, базирани на субективните предпочитания на авторите да избират и поставят акцент върху отделни същностни черти.

Предвид степента на използване, ще отбележим само две от многобройните дефиниции. Според професорите Hunziker W. и Krapf K. (1942) туризмът е *„Съвкупност от отношения и явления, които се създават при пътуване и пребиваване на хора, които не са местни жители, доколкото пребиваването не се превръща в постоянно местожителство и не се свързва с дейност за печалба.“* Четиридесет години по-късно през 1982 г. Mathieson и Wall (по Воденска М. и М. Асенова, 2004) задоволиха в най-голяма степен нуждата от сравнително кратка и същевременно подчертано съдържателна дефиниция, която широко се използва и понастоящем: *„Туризмът е временното движение на хора извън тяхното нормално местоживее и месторабота, дейностите, осъществявани при престоя в тези места и съоръженията, създадени за задоволяване на техните нужди“.*

В началото на 21 век, във времето на тоталното „шествие“ на туризма навсякъде по света, неговата опростена и разбираема дефиниция според нас би изглеждала по следния начин:

Комплекс от дейности, включващ двупосочно пътуване до, в и от целево избрани места и райони, културно-информационно и емоционално обогатяване, укрепване на здравето, както и съответното обслужване.

В отбелязаната по-горе най-нова дефиниция се разбира добре каква е същността на целевите пътувания, а именно:

- „културно-информационно обогатяване“ – натрупване (придобиване) на нова информация, а оттам и повишаване на културата;
- „емоционално обогатяване“ – с него се подчертава все по-важния положителен психологически ефект;
- „укрепване на здравето“ – този дефинитивен елемент по понятни причини, свързани с нарастващата урбанизация, става все по-необходим;
- „обслужване“ – широкото разрастване на различните видове услуги предполага и присъствието на обслужващите аспекти в самата дефиниция.

Тази дефиниция не покрива добре т. нар. шопинг-туризъм, бизнес-туризъм. Има и достатъчно други целеви пътувания, които дадоха повод на някои тълкуватели да използват дори понятия като военен, политически туризъм и др.

При пътувания с цел търговия и вобще бизнес, както и събития, свързани с пряката работа на участниците, развлеченията и укрепването на здравето са съществени, второстепенни, и това следва да се подчертава при дефинирането на съответните форми и субформи. Иначе широкото и фриволно тълкуване би довело до такива абсурди като приемането, че първият и най-изразителен масов пешеходен туризъм е извършила армията на Александър Македонски, а за конния туризъм – на Чингиз хан (и в тези случаи е имало пътуване, с опознаване на места и народи, със съответната употреба на услуги от местното население – разбира се, не само доброволни).

Следващите две понятия могат да се разглеждат едновременно като основни и като съществени понятия туризъм. Заради това на тях ще бъде отделено и по-малко място.

ОТДИХ

Приема се, че това понятие е руска заемка. Използва се най-често в комбинация с туризъм. Отдих се осъществява и без пътуване (в собственото жилище). Пътуване с цел отдих е вече туризъм плюс почивка (за укрепване на здравето).

Общата дефиниция изглежда много кратка и по-скоро е превод на български:

Почивка на физически и психически здрави хора.

В комбинация с туризъм се подчертава съответният акцент или субакцент.

РЕКРЕАЦИЯ

В този случай заемката е с латински корен и думата се използва в няколко западни езика. При това понятие е важно да се разграничи, че рекреацията кореспондира с туризма в случаите, когато става въпрос за възстановяване на физическо и психическо здраве, ненарушено драстично. Предвид игнорирането на аспекта „лечение“, дефиницията изглежда по следния начин:

Дейности, целящи възстановяване на физическото и психическото здраве извън специализираните болнични заведения и постоянните жилища.

Това понятие в голяма степен е синоним на отдих, като връзката с туризма е по-директна. Следващият пример от практиката е достатъчно показателен:

Морска рекреация = почивка на море = морски туризъм.

ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ

Това е най-актуалното понятие, свързано със сегашното състояние и планирането на туристическите дейности.

М. Воденска и М. Асенова (2004 г.), като цитират М. Бъчваров и Ц. Тончев, са избрали следното обобщаващо, според тях, дефиниране: *“Това са изходните обекти и явления, които привличат туристическия контингент (туристопотоци) в дадена дестинация. Чрез ресурсите се извършва психофизичното възстановяване и разширяване на познанията на туристите – пряко или косвено, посредством предложените на тяхна основа услуги”*.

Предвид отбелязаните по-горе основни дефинитивни изисквания, същността и съдържанието на това понятие могат да се представят по следния начин:

Природни и антропогенни материални и духовно-интелектуални ценности, които на определен етап влизат в сферата на туристическото използване директно или чрез съответното приспособяване.

Ключовият израз в случая е *“ценности за туристическо използване”* и в него се съдържа елементът *„оценяване”*. Логическото му продължение, отбелязано в дефиницията, насочва към отговора на твърде важния въпрос какво трябва да се направи, за да станат ресурсите използвани, както и към проблема за състоянието на ресурсната база за развитието на туризма.

Това понятие е по-добре да се дефинира чрез формата за множествено число, тъй като на практика се използва не един а различни ресурси едновременно като съвкупност или дори комплекс (това важи и за някои други основни понятия).

ТУРИСТИЧЕСКИ УСЛУГИ

Това е едно от водещите понятия в съвременния туризъм. Именно чрез услугите се осигуряват най-вече стопанските му измерения, без те да са (почти винаги) основна цел и мотив за посещение. Приема се по принцип, че те са лесно разбираеми и често се отбелязват като конкретни дейности, групират се, използват се при дефинирането на други туристически понятия, но самите те не се дефинират в обобщаващ план. При М. Нешков (2000) ги намираме, например, като дефинитивен елемент на *„Туристическо обслужване”* (по М. Воденска и М. Асенова, 2004): *„Съвкупност от дейности и технологични процеси, които осигуряват на туристите удобства и улеснения при покупката и потреблението на услуги по стоки по време на пътуването и пребиваването им извън тяхното постоянно местожителство”*. От тази дефиниция излиза, че услугите са извън съвкупността от обслужващи дейности, при това тези, които са свързани с организацията на пътуването в началния, изходния пункт, не следва да се разглеждат.

По наше мнение достатъчно приемлива е следната подчертано опростена дефиниция:

Дейности по осигуряване на пътуването, настаняването, храненето, информацията, развлеченията на посетителите, извършвани от други лица и стопански организации.

ТУРИСТИЧЕСКИ ОБЕКТИ

В практиката нерядко туристически ресурс се подменя с туристически обект, и обратно. Климатът, респективно слънчевата радиация, са туристически ресурси, но не са туристически обекти. В този смисъл обектите са онези места, които са приведени във вид, подходящ за посещения. Пещерата Леденика, както и съседният хотелски комплекс, в който се осъществяват основните услуги, могат да се разглеждат като две различни категории обекти и като единен комплекс.

В българския Закон за туризма (по Воденска М. и М. Асенова, 2004) са разграничени 9 групи туристически обекти, без да е дефинирано ясно самото понятие: средства за подслон (от отделния хотел до специализирани туристически селища); места за настаняване (квизи, семейни хотели, самостоятелни стаи, къмпинги, хижи, бунгала и др.); заведения за хранене и развлечения (ресторанти, барове и др.); места за упражняване на туроператорска, турагентска и информационна дейност; плажове; ски-писти; центрове и места за допълнителни услуги (балнеоложки, спортно-развлекателни и др.); музеи; резервати; паметници на културата и културно-историческото наследство (по съответните закони); национални и природни паркове, резервати, поддържани резервати, защитени местности, природни забележителности (също по съответния Закон).

При тази категоризация например отсъстват природни туристически обекти, които не попадат под действието на Закона за защитените територии. Това значи, че обекти, които не са защитени територии по ЗЗТ, не са туристически обекти.

Още при един първи, бегъл преглед не е трудно да се забележи, че туристическите обекти най-общо могат да бъдат диференцирани на две групи:

1. Обекти, които са основен мотив и цел на посещенията (природно и културно-историческо наследство);
2. Обекти, в които, или чрез които, се осъществяват туристическите услуги, т.е. инфраструктурни обекти.

Предвид горното се предлага следната дефиниция:

Природни и антропогенни дадености, които са конкретни цели на туристическите посещения: места с наличие на приспособени за използване ресурси и /или места за осъществяване на услуги.

ТУРИСТИЧЕСКА ИНФРАСТРУКТУРА

При нейното дефиниране обикновено за основа се използва дефиницията от по-висок клас – тази въ-

обще за инфраструктура. В случая особено подходящо е да се цитира Хр. Хаджиниколов (1998), при който в общата дефиниция е поставен акцент и върху туризма: „В широк смисъл това е съвкупност от всички средства за производство и дейности, които са необходим атрибут за нормалното протичане на възпроизводствения процес, а в тесен смисъл – комплекс от съоръжения, чиято дейност обслужва материалното производство и е пряко свързана с осигуряването на необходимите инсталации и комуникации при териториалната организация на производството, а при туризма – на туристическото обслужване“.

В този случай може да се предложи следната опростена дефиниция:

Материално-технически елементи, съоръжения или цели комплекси, с които се осигурява достъпът и използването на туристическите ресурси и обекти, т.е., базата за осъществяване на хотелиерски, ресторантьорски, транспортни, анимационно-развлекателни, информационни и организационно-управленски услуги.

ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ

В Наръчник на туристическия бизнес (2010) е дадено достатъчно пространно дефиниране с частично пояснение: „Комплексен набор от услуги и дейности от момента на напускане на постоянното местоживее до обратното завръщане, включително в избраната туристическа дестинация, които туристът възприема като цялостно преживяване“.

В същия Наръчник „елементите на туристическия продукт през погледа на туриста включват туристическите ресурси, общата и туристическата инфраструктура, имидж и други характеристики, свързани със степента на развитие на туристическото място“.

Съобразно изведените в началото на статията изисквания, се предлага следната дефиниция:

Пазарно насочена съвкупност от природни и антропогенни туристически ресурси и/или обекти (в т.ч. и инфраструктурни), и туристически услуги.

ТУРИСТИЧЕСКА АТРАКТИВНОСТ

Атрактивността е подчертано субективна категория – ключово понятие в туризма, за което е много трудно да се намери обобщаваща дефиниция. М. Воденска и М. Асенова (2004), без да се спират подробно, правят опит да изтъкнат някои същностни (според тях) дефинитивни елементи: „Това свойство представлява до голяма степен оценка на ресурсите и затова можем да го определим като израз на субект-обектните отношения, възникващи между туриста и съответното явление или обект“.

Предвид и българския езиков аналог – привлекателност, предлагаме:

Съвкупност от информационни и положителни емоционални и физически възприятия,

проявяващи се като субективна оценка на качествата на туристически ресурси, обекти, инфраструктура и услуги.

Във връзка с така определената дефиниция не е излишно и диференцирането на два относително самостоятелни аспекта (пласта) на туристическата атрактивност:

1. Информационен;
2. Сетивно-емоционален.

Недостатъчното съобразяване с туристическата атрактивност води често до ниска пазарна ефективност на туристическите продукти. Намалването на субективността може да се постигне чрез тестване (анкетирание) на представителен брой потребители (туристи или потенциални такива). Другият вариант са експертните оценки с използване на сравнителен подход за разкриване на степен на аналогичност.

ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

Като достатъчно актуална и надеждна се приема дефиницията в отбелязания по-горе Наръчник: „*Географско пространство (място, селище, район, страна), което се избира от съответния посетител (или сегмент от посетители) като цел на туристическото пътуване, разполага с необходимите за престоя средства за подслон, места за настаняване и заведения за хранене и развлечения и е действителният продукт, и конкурентна единица в туризма, която трябва да се управлява като стратегическа бизнес единица*”.

Тази дефиниция претендира за изчерпателност, но същевременно тя затруднява оперирането с нея – не само заради повишената „академичност”. Поради това предлагаме по-практична дефиниция:

Пазарно ориентирана териториална система с относително автономно управление и добре обособен център, приемаща посетители и предлагаща цялостни и завършени туристически продукти.

ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

На туристическото райониране, както е известно, е посветена значителна по обем литература. За съжаление и досега редица постановки все още остават в полето на дискусиите. Все пак М. Вьчваров М. и Ц. Тончев (1996) са доста кратки и категорични: „*Териториите с ресурси и изградена база, в които се е развила специализация и обслужване на туристи, идващи от други територии, се определят к*

Според нас, туристическият район е субективна конструкция и това трябва да се разбира от самата дефиниция. Тя може да изглежда по следния начин:

Относително добре засебено териториално или териториално-акваториално единство на ресурси и/или обекти, диференцирано с цел подобряване на ефективността на сегашни и бъдещи туристически дейности.

ЕКОТУРИЗЪМ

Това е едно от най-важните производни на базовото понятие „туризъм”. В специална листовка на МИЕТ, разпространяваща се от началото на тази година, е поместена следната дефиниция: „*Отговорно пътуване до територии със съхранена природа. Допринася за благосъстоянието на местната общност, създава уважение към местната култура, щадя средата от негативните ефекти на туризма*”. Съвсем логично изникват въпросите: Има ли безотговорни пътувания и кои са те? Как се повишава благосъстоянието на местните, когато се спи на палатка или в спален чувал (много съществени при екотуризма)? Дали само съхранената природа е достатъчна? Респектът към природното наследство (и то туристически силно атрактивното) в случая не е ли по-важен от този към местната култура?

Съществува значителен брой повече или по-малко приличащи си дефиниции, в които най-често се подчертава увеличаване благосъстоянието на местната общност като основен дефинитивен елемент. На практика обаче сега (не само в България) по-скоро се получава обратното заради подчертано свитото използване на местни услуги. Освен това строително-инвестиционните намеси, които водят до намаляване на безработицата и повишаване на доходите по презумпция трябва да бъдат незначителни. Самата същност на съвременния екотуризъм „не позволява” използването на разнообразни, носещи значителни доходи местни услуги и изразителни инфраструктурни инициативи.

С оглед на изброените изисквания можем да предложим следната дефиниция за екотуризъм:

Туризъм, включващ щадящо природоползване чрез визуално възприемане на атрактивни, максимално запазени природни обекти, както и мерки, и дейности за по-нататъшното им съхраняване.

СЕЛСКИ ТУРИЗЪМ

За разлика от екотуризма, за селския туризъм съществуват по-малко опити за дефиниране. Заслужават внимание два български опита. В годината на учредяване на Българската асоциация за селски и екотуризъм (БАСЕТ) – 1995 г., бе предложена първата българска дефиниция: „*Пътуване с цел частично до пълно „потапяне” в селска среда: на първо място настаняване в селска къща, с предлагане на прясна, екологично чиста храна, непланирани и непланирувани контакти с местни хора, осезаемо докосване до по-натурални, слабо изменени, излъстрени с пасторални картини ландшафти, със селската градина, селския двор и неговите обитатели*”.

Й. Алексиева и Ст. Стамов (2002) определят селския туризъм като: „*Туризъм в селски райони, при който се задоволяват интересите на туристите към традиции, бит, култура, селскостопански и други*

специфични дейности, както и към природните, исторически и културни дадености на съответния регион, при спокойствие и непринудени човешки взаимоотношения”.

На базата на досегашната практика може да се предложи следната, по-кратка дефиниция:

Туризмът в слабо урбанизирана околна среда, включващ настаняване в селска къща, запознаване със селския начин на живот в т. ч. и чрез пряко участие в различни земеделски и занаятчийски дейности, както и запознаване със селското културно-историческо и природно наследство.

Последните две определения отразяват перспективни за страната ни туристически направления – това е и причината на тях да бъде отделено и съответното внимание. За съжаление те понякога се смесват неправомерно в рамките на прекалено свободното терминологично опериране. Дори и при един първоначален сравнителен прочит лесно се установява, че основен дефинитивен елемент при селския туризъм е специфичната настанителна база – селска къща, а при екотуризма – подчертано атрактивни природни дадености (дали ще се спи на палатка, в спален чувал, къмпинг, хижа, хотел не е от особено значение).

Предложените по-различни 13 дефиниции до голяма степен отразяват състоянието на досегашната практика, тенденциите в развитието на някои схващания и, разбира се, резултатите от редица, главно теоретични, дискусии. Тези дефиниции също подлежат на усъвършенстване. И авторът им ще е признателен, ако се получи обратна връзка.

Литература

Алексиева, Й. и др. Стратегия за интегрирано развитие на селски райони чрез туризъм в България. – Пловдив, 2004.

Асенова, М. и др. Наръчник на туристическия бизнес. – С., МИЕТ, 2010.

Въчваров, М., Ц. Тончев. Основи на туризма. – „Тилиа“, С., 1996.

Воденска, М., М. Асенова. Въведение в туризма. – Ботевград, IS прес, Ботевград, 2004.

Маринов, В., М. Въчваров. Антропогенни условия и ресурси на околната среда и туризма. – СУ „Св. Кл. Охридски“, 1990.

Нешков, М. Туроператорска, агентска и транспортна дейност. – ИУ – Варна, Университетско издателство, 2000.

Петров, П. Едно по-различно виждане за пространствената систематизация на ресурсите и обек-

тите за екотуризъм в България във връзка с тяхното рационално използване и опазване. – В: Сб. доклади на Научно-практическа конференция „Натура 2000 в Северозападна България и трансграничния регион – проблеми и перспективи“. Враца, 2009.

Петров, П. Типология на селския туризъм в България според характера на туристическите продукти (2009). В: Сб. доклади на Научно-практическа конференция „Отрасловото многообразие – условие за устойчиво развитие на селските райони. В. Търново, 2009 (под печат).

Стамов, Ст., Й. Алексиева. Хотелиерство. – Пловдив, 1999.

Стефанов, В. Логика. – „Немезида“, С., 2001.

Хаджиниколов, Хр. Икономика и планиране на туризма. – СУ „Св. Кл. Охридски“, 1998.

Hunziker, W., K. Krapf. Allgemeine Fremdenverkehrslehre. – Polygrafischer Verlag, Zurich, 1942.

Fridgen, J. Dimensions of tourism. – East Lansing, Michigan, 1991.

A different approach to defining the fundamental concepts of tourism

Assoc. Prof. **Peter Stefanov Petrov**, PhD
Institute of Geography – Bulgarian Academy of Sciences

Summary

The improvement of the set of terms and notions serving the theory and practice in tourism in Bulgaria is necessary because of several reasons:

- broadening of the spectrum of tourist services
- emerging of new, not always clearly defined, terms
- random use of imported definitions (sometimes mistranslated)
- need of new definitions”
- improvement of education and training

The current attempt to offer different definitions of some terms is based on preliminary consideration of the requirements for: representativeness and thoroughness; briefness; universality; comprehensiveness; unambiguousness; wholeness; logical subordination; explicitness and translatability.

Thirteen basic terms have been selected and defined in a certain sequence: tourism, leisure, recreation, tourist resources, tourist services, tourist sites, tourist infrastructure, tourist product, tourist attractiveness, tourist destination, tourist region, ecotourism and rural tourism