



**ДИЗАЙНЪТ НА СЕЛСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ КАТО ФАКТОР,  
ПОДПОМАГАЩ ПОСТИГАНЕТО НА ИКОНОМИЧЕСКА ЕФЕКТИВНОСТ  
THE DESIGN OF THE RURAL TOURISM PRODUCT AS A FACTOR ASSISTING  
THE ACHIEVEMENT OF ECONOMIC EFFICIENCY**

**Иван Килимперов  
Ivan Kilimperov**

**E-mail: kilimperov@abv.bg**

**Abstract**

Rural tourism development has always been an inseparable part of rural economic development. However, if you want to turn it into a successful family business, you have to achieve high economic efficiency indexes. To achieve that purpose it is necessary to offer such a product that will satisfy to the highest possible degree the needs of the modern tourist in the countryside, what is more – at a reasonable price. That is the purpose of using the design of the rural tourism product.

**Key words:** rural tourism, economic efficiency, vertical decomposition of profitability, design of rural tourism product.

**ВЪВЕДЕНИЕ**

В световен мащаб селският туризъм става все по-предпочитана форма на оползотворяване на почивката, особено по отношение на т.нар. *смяна на тапетите* – предимно уикенд и удължени уикенд почивки. От друга страна – селският туризъм е едно от основните звена на дребния и средния семеен бизнес в селските райони.

В България тази тенденция все още не е така силно изразена, но основите в тази насока са положени. За да се развие селският туризъм у нас, и като предпочитана форма на оползотворяване на почивката, и като перспективен семеен бизнес, са необходими няколко основни стъпки. Една от тях е създаването на условия за постигане на високи стойности<sup>1</sup> на показателите за икономическа ефективност.

В тази връзка е и основната цел на настоящата статия – разкриване на възможностите на внедряването на дизайн на селския туристически продукт като фактор на икономическата ефективност.

---

<sup>1</sup> Осигуряващи определен жизнен стандарт на собствениците на туристическите обекти и обслужващите ги членове на техните семейства.

Постигането на посочената цел е базирано на разкриването на ролята и мястото на дизайна на селския туристически продукт при постигането на икономическа ефективност чрез вертикалната декомпозиция на рентабилността, разглеждана като фактор на икономическата ефективност.

### **СЪЩНОСТ И ХАРАКТЕРНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДИЗАЙНА НА СЕЛСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ**

Дизайнът на селския туристически продукт се свързва с разкриването на всички елементи на предлагания туристически продукт – както материалната, така и нематериалната му част. При проектирането на дизайна на селскотуристическия продукт следва да се включат всички негови елементи – условията по пребиваването на гостите, храната, атмосферата в туристическия обект и пр. Основната цел е да се формира селскотуристически продукт, който, от една страна, да отговаря във възможно най-висока степен на изискванията на посетителите туристи, а от друга – да съответства на спецификата и философията на селския туризъм.

Ето защо от особено значение при началната фаза на проектиране на дизайна на селския туристически продукт е да се обърне задълбочено внимание на основните фактори на влияние (Knackstedt, 2001<sup>2</sup>): маркетингови, финансови, функционални и практически.

Изходен етап на проектирането на дизайна на селския туристически продукт е набирането на информация по отношение на потребителските нагласи. За тази цел е необходимо разработването на въпросник и провеждането на пазарно проучване, базирано на анкетния метод. Целта е да се установят потребителските нагласи към предлагания селски туристически продукт, потребностите и желанията на туристите, да се установят и анализират възможностите на района за задоволяване на разкритите потребности, да се установи цената, на която предлаганият селски туристически продукт би бил продаваем.

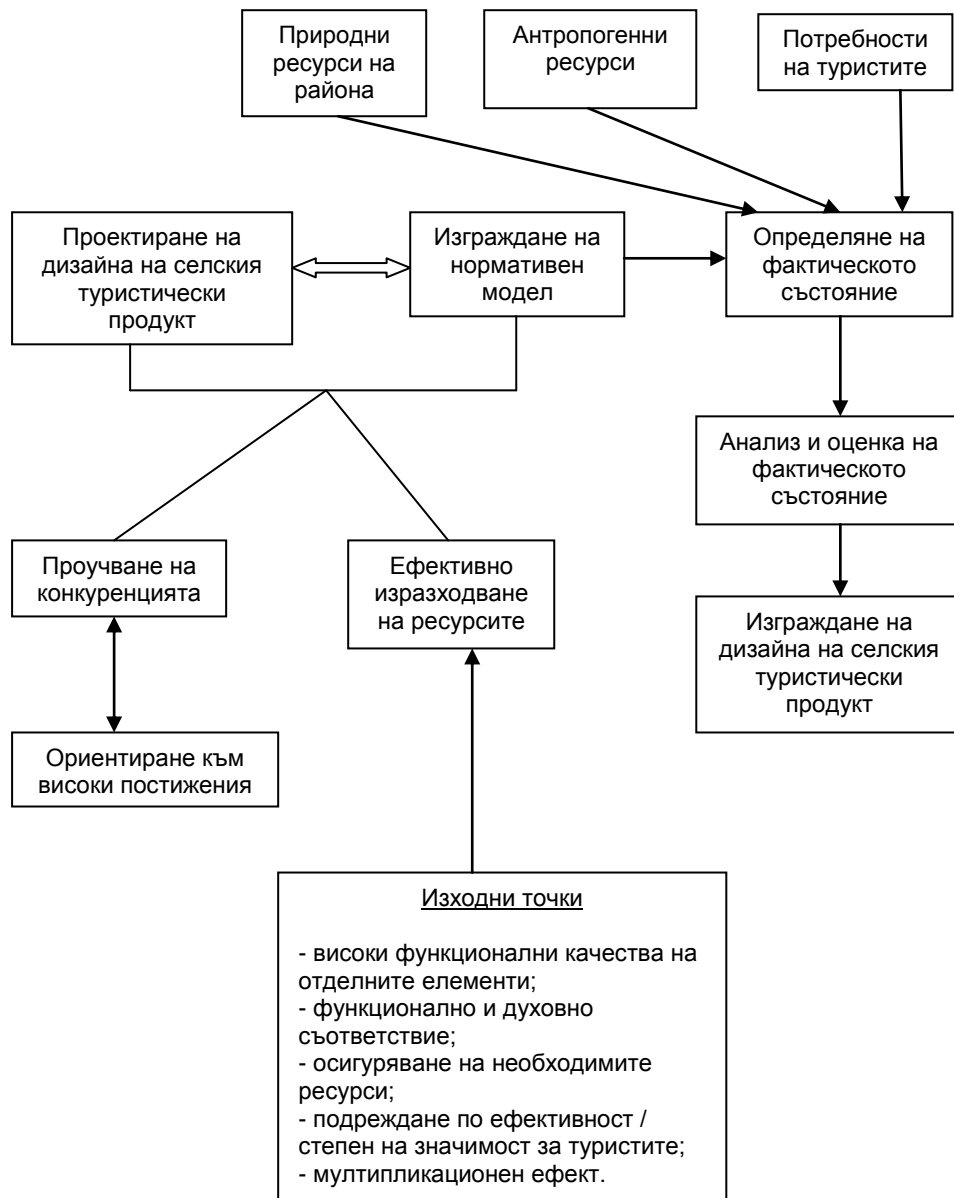
След като се установят ключовите характеристики на предлагания продукт, на потребителското търсене и възможностите за тяхното задоволяване (чрез продукта на селския туризъм), може да се пристъпи и към проектирането на дизайна на селския туристически продукт. За да се изпълни условието за постигане на икономическа ефективност, същевременно – съответствие между предлагания продукт и философията на селския туризъм, при проектирането на дизайна на селския туристически продукт следва да се предвиди и изграждането на идеален вариант (нормативен модел) на дизайна (продукта).

Изходна точка при изграждането на нормативния модел е постигането на висока степен на функционално и духовно съответствие между включените в продукта елементи.

Връзката между дизайна на селския туристически продукт и използването на нормативен модел, в контекста на постигане на икономическа ефективност, може да се проследи на фигура 1.

---

<sup>2</sup> Цит. от Velikova, Elenita. *Osnovi na turizma* (Chast 1, glava 6). S., Stopanstvo, 2007.



**Фиг. 1.** Връзка между дизайна на селския туристически продукт и изграждането на нормативен модел в контекста на икономическата ефективност

При постигането на високи функционални качества (фиг. 1) се има предвид постигане на функционалност при посещаването на туристите (например чрез предварително уговорено място за посещаване или посочване на GPS координатите на туристическия обект), при оформлението на двора и разположението на рецепцията, при регистрацията и настаняването на туристите, при обзавеждането и оборудването на стаята и т.н.

Акцентът при постигането на висока степен на функционално и духовно съответствие се свързва с постигане на високо качество на атмосферата на пребиваване. Целта е чрез предлаганите услуги да се разкрият възможности за запознаване на туристите със селската самобитност, бита, традициите и ритуалите – със селската култура и начин на живот.

Външният облик на туристическия обект следва да изразява строителните традиции и обичаи на съответния регион. При оформлението на двора и стаята следва да се избягва претрупването с елементи, особено в двора – тук целта е природният фактор да доминира. Добре е да се обърне внимание и на облеклото на домакините и обслужващия персонал, особено при посещаването на гостите.

Следователно постигането на висока степен на функционално съответствие при дизайна на селския туристически продукт може да се отнесе към нематериалната, духовната страна на продукта на селския туризъм.

#### **РОЛЯ НА ДИЗАЙНА НА СЕЛСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ ЗА ПОСТИГАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКА ЕФЕКТИВНОСТ ОТ СЕЛСКИЯ ТУРИЗЪМ**

Показателят за икономическата ефективност, изразяващ съотношението между получените приходи и направените разходи, сам по себе си е недостатъчен за определяне и цялостен анализ на дейността на предприятието. За това в практиката при анализа на икономическата ефективност се използват различни показатели. Един от най-често използваните е този за рентабилността.

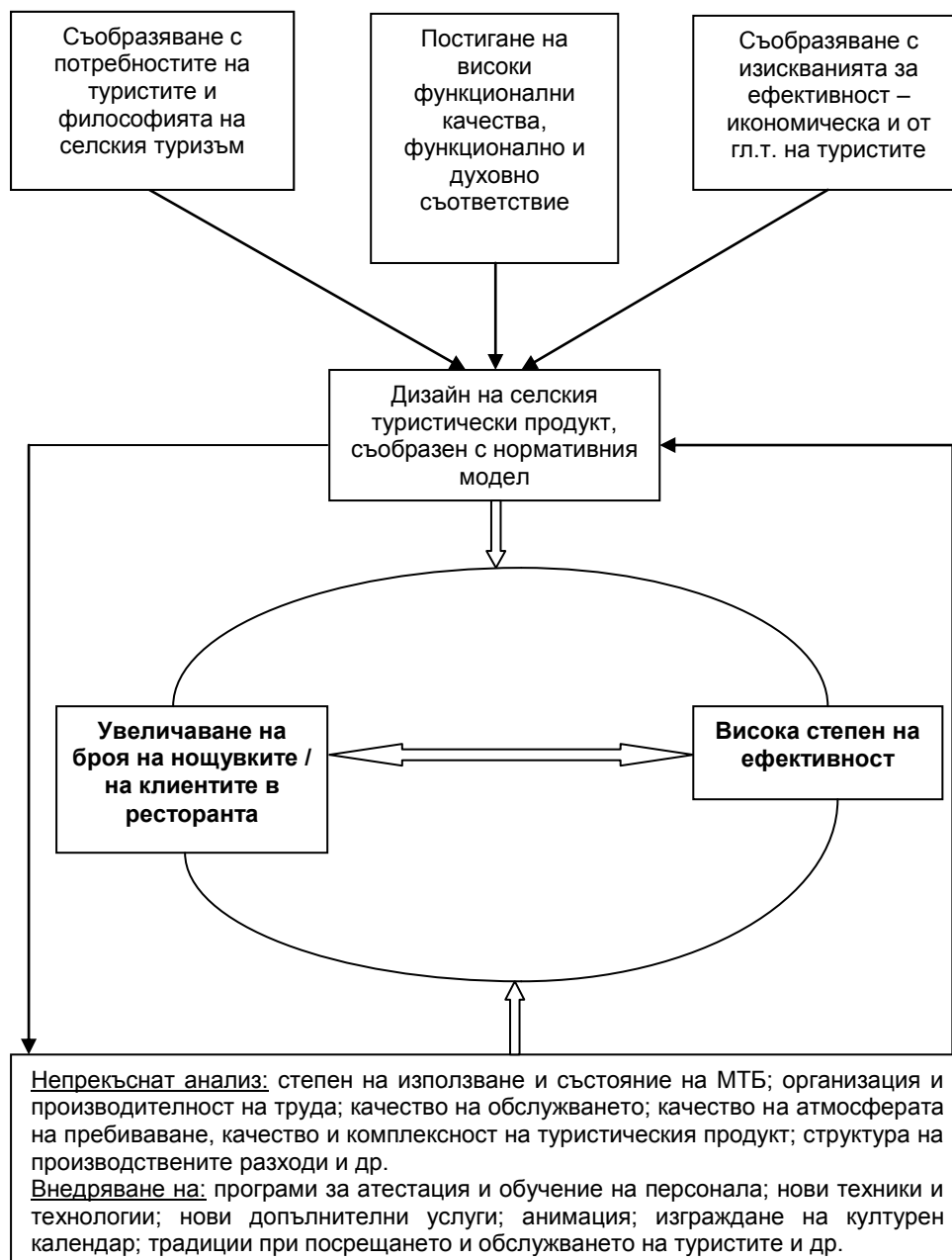
Ето защо за целите на настоящата статия чрез метода на вертикалната декомпозиция на рентабилността (разработен и усъвършенстван от Stankov, 1997) ще се направи опит да се разкрие мястото и ролята на дизайна на селския туристически продукт за постигането на икономическа ефективност.

Същността на метода се състои в следното. Чрез разграждане на рентабилността на съставните ѝ елементи се цели да се разкрият ключовите фактори, влияещи върху постигането на високи стойности на изследвания показател. На тази база може да се разкриват и обсъждат нови възможности за повишаване на ефективността от селския туризъм.

Методът на вертикалната декомпозиция (фиг. 2а и 2б) е дуален – от една страна, се разглежда приходната част и възможностите за увеличаване на броя на нощувките (или броя на клиентите в ресторанта), а от друга – пътищата за минимизиране на разходите. По този начин може да се разкрият и основните елементи на дизайна на селския туристически продукт, влияещи пряко върху стойностите на показателите за икономическа ефективност.



Фиг. 2а. Етапи на вертикалната декомпозиция на рентабилността



**Фиг. 26.** Роля на дизайна на селския туристически продукт за постигане на икономическа ефективност

По отношение на приходната част на анализа – дизайнът<sup>3</sup> може да се разглежда и като активни и като условно пасивни вложения (фиг. 2а).

По отношение на анализа на разходите – от една страна, може да се разглежда като фактор за снижаване на разходите, а от друга – може да се разкрият възможности за осъществяване на допълнителни инвестиции за повишаване на ефективността.

Често в областта на туризма, когато се изчислява показателят за рентабилността, се определя рентабилност на площите (активите). Ето защо при вертикалната декомпозиция на рентабилността за разкриване на ролята на дизайна се използва формулата за определяне на рентабилността на активите

$$P_A = \frac{OP - OP}{A}, \quad (1)$$

където:  $P_A$  е коефициентът на рентабилност на активите;

ОП – общите приходи, в лв.;

ОР – сумата на общите производствени разходи, в лв.

$$\frac{OP}{A} = \max \quad 1 - \frac{OP}{OP} = \max$$

Използването на дизайна на селския туристически продукт и нормативния модел (нормативен метод) като инструменти на икономическата ефективност разкриват възможности още в началния етап на производството на селския туристически продукт ясно да се очертаят основните елементи на предлагания продукт и пътищата за постигане на добра рентабилност на производството (икономическа X-ефективност). Впоследствие дизайнът на селския туристически продукт може да послужи като нормативен модел за сравнение и контрол на работата на туристическия обект. Чрез него може да се контролира изпълнението на отделните задачи, свързани с постигането на висока степен на удовлетвореност у туристите и на икономическа ефективност. Предимството е свеждането на субективния фактор при оценката до минимум.

Дизайнът като инструмент на икономическата ефективност следва да осигури всички елементи на селския туристически продукт, които ще се търсят от гостите по време на тяхната почивка – те вече са залегнали в тяхното съзнание. Затова в етапа на проектиране на дизайна на селския туристически продукт следва да се обърне особено внимание на набирането на информация посредством анкетни проучвания. Целта е, от една страна, да се предостави продукт, който ще бъде търсен, а, от друга – да се предостави възможност за поглед назад – към запазената българска традиция, обичаи и дух. Всичко това трябва да бъде съобразено както с възможностите на района, така и с финансовите възможности на собствениците на туристическия обект. Приоритетно следва да се осигуряват онези елементи от селския туристически продукт (установени при проектирането на неговия

---

<sup>3</sup> Има се предвид дизайнът на селския туристически продукт.

дизайн), които са от най-висока степен на значимост за туристите – фазите подреждане по ефективност и осигуряване на необходимите ресурси.

Важен етап от дизайна на селския туристически продукт, свързан с постигането на икономическа ефективност, е и отчитането на маркетинговите фактори на влияние. Важно условие тук е запазване на непосредствеността на контакта – прякото човешко общуване (Stankov i Stankova-Daneva, 2008).

Може да се твърди, че през последните години потребителското поведение е тотално манипулирано от рекламата – основно рекламните послания с електронен произход. Недостатъците на тази форма на реклама за селския туризъм са няколко. От една страна – излъчването на подобни рекламни клипове са скъпи и неспособни за обекти за селски туризъм. Следователно използването на тази форма на реклама може да предизвика и обратен ефект – да влоши показателите на икономическата ефективност.

Имайки предвид неяснотата на голяма част от излъчваните реклами, както и несъответствието между рекламното послание и реалните качествени параметри на предлаганите стоки – нараства недоверието към подобен род рекламни послания. Друг фактор е, че акцентът при рекламата на селския туристически продукт следва да е върху атмосферата на пребиваването, която не може да се представи чрез рекламните послания. Ето защо тук следва да се акцентира върху запазването на прекия контакт с хората. Пребиваването в селото трябва да се превърне за тях в преживяване, в траен позитивен спомен, който да се споделя. А споделянето е специфична форма на реклама и един от ключовите маркетингови фактори на влияние при проекта на дизайна на селския туристически продукт и постигането на икономическа ефективност.

С цел постигане на висока степен на икономическа ефективност при проектирането на дизайна на селския туристически продукт трябва да се предвидят и неговите елементи, свързани с посрещането на туристите, разсейването на техните притеснения и формирането у тях на първоначалните впечатления. Важно е, защото обикновено първите впечатления от обслужващия персонал и облика (екстериор, интериор и пресъздадена атмосфера) на туристическия обект в голяма степен предопределят и степента на удовлетвореност от почивката.

В тази връзка добре е да се предвидят предварителни места за посрещане на туристите (при първо посещение на туристическия обект или селището) или да се посочат GPS координатите на обекта. Целесъобразно е да се възродят и представят на туристите местните ритуали по посрещане и изпращане на гостите, да се улесни настаняването и регистрацията им.

От голямо значение е и облеклото на обслужващия персонал – то трябва да е съобразено с предлаганата в туристическия обект атмосфера, както и със съществуващите в района традиции. Целта е да се постигне максимално висока степен на автентичност на предлаганите услуги и пресъздаваната атмосфера в селския туристически обект.

Постигането на икономическа ефективност от селския туризъм се дължи на няколко основни фактора. От една страна, е производството на търсен от



туристите селски туристически продукт, който да е съобразен най-напред с философията и спецификата на селския туризъм, с възможностите на селището и региона, с възможностите на собствениците на туристическите обекти. От друга страна – производството на селския туристически продукт трябва да е при минимални производствени разходи, да съхранява традициите в производството на съответните елементи на продукта, като същевременно се стреми да задоволява и потребността на туристите от еднаквост (баланс между традиции и модернизация). Т.е. производствената технология да е оптимална.

По този начин предприятието при селския туризъм ще функционира в условията на икономическа X-ефективност.

Ролята на дизайна на неговия продукт в този процес е решаваща. Чрез него може да се установят ключовите елементи на предлагания продукт, начинът, по който те да се произведат и предложат на туристите, формите на общуване и обслужване на туристите, екстериорът и интериорът на туристическия обект. Може да се установят възможностите за по-пълно задоволяване на потребностите на туристите, за развитието на селището и региона като дестинация за селски туризъм.

Чрез дизайна на селския туристически продукт и изграждането на нормативен модел може да се установят насоките на бъдещи инвестиции за развитие на туристическия обект и обслужващия персонал, влиянието на субективния фактор в различните направления на организацията и управлението на дейността да се сведе до минимум. Чрез него може да се разкриват и анализират нови пътища и възможности за повишаване на стойностите на показателите за икономическа ефективност.

Следователно дизайнът на селския туристически продукт и изграждането на негова база на нормативен модел на селскотуристическия обект може да се разглеждат като основополагащи фактори за постигането на икономически X-ефективно производство.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Основната цел на всяко едно предприятие, без оглед на сферата, в която оперира, и размерите му (вкл. юридическия му статут), е реализирането на печалба. Това е и основната икономическа цел на предприятието при селския туризъм.

Тук обаче има една особеност, една специфика. За да бъде успешно предприятието при селския туризъм, неговият собственик, предприемач и работник (като социално-икономически персонажи) трябва да изпитват удоволствие от дейността, която извършват.

Ако удовлетвореността от работата не е висока – това неминуемо се отразява и върху обслужването и контакта с гостите, липсва връзката домакин–гост.

Следователно при организацията и управлението на предприятието при селския туризъм следва да се обръща по-задълбочено внимание и на чисто духовната част. Селският туризъм трябва да се разглежда не само като източник на доходи – той трябва да бъде философия и начин на живот.

Посетителите туристи не трябва да се разглеждат като „ходещи левчета”, а като човешки същества, нуждаещи се от човешко отношение и доброта.

#### **LITERATURA**

*Knacksted, M.*, 2001. The Interior Design Business Handbook: A Complete Guide to Profitability. Prentice-Hall Inc., USA, N.J.

*Stankov, Vladimir i kol.*, 1997. Organizacia i upravlenie na selskostopanskoto predpriyatie. S., PSSA.

*Stankov, Vladimir, Gergana Stankova-Daneva*, 2008. Agraren turizam. Plovdiv, Akademichno izdatelstvo na Agrarnia universitet.

*Velikova, Elenita*, 2007. Osnovi na turizma (Chast 1, glava 6), S., Stopanstvo.

**Рецензент – доц. д-р Елена Георгиева**  
**E-mail: elena\_g@abv.bg**