



Селският туризъм в България състояние и насоки за усъвършенстване на организацията му с цел устойчивото му развитие

гл.ас.д-р Наталия Неделчева
РУ „Ангел Кънчев”

ВЪВЕДЕНИЕ:

Туризмът отдавна се разглежда като икономически и социален феномен на ежедневието на стотици милиони хора. Той обхваща не само тяхното свободно движение, но и е важна форма за оползотворяване на свободното време и основно средство за осъществяване на връзки помежду им, за икономически, политически и културни контакти. Туризмът в България има различни форми на проявление, но обект на внимание в настоящата статия е селският туризъм.

Селският туризъм е най бързо развиващият се отрасъл на туризма в България през последните години. Възможностите за селски туризъм в страната ни са неограничени, поради спецификата на средата природо климатична, инфраструктурна, социо културна и др.. Много български села в момента преживяват истински ренесанс, благодарение най вече на засиленото търсене на такъв вид туристически услуги.. Освен като конкурентен на другите видове туризъм може да се използва от местните общности като инструмент за оживяване на икономиките на селските райони, което е от особено значение не само за съответната селска икономика, но и за националното стопанство, тъй като чрез диверсификация на икономическите дейности в селските общини се създава алтернативна

заетост, района става по привлекателен както за местното население, така и за чуждестранни инвеститори, намалява се неравнопоставеността му със селските райони от други европейски страни и се създават условия за акумулиране на доходи в страната ни. Въпреки това все още остават някои неразрешени проблеми, които влияят върху конкурентоспособността на сектора и устойчивото му развитие и налагат подобряване на организацията и на качеството на предлаганите туристически продукти и услуги в селските райони в страната.

Тезата на изследването е, че организацията на селския туризъм трябва да бъде съобразена със спецификата на района, конкурентната среда и с изискванията на потребителите на туристически услуги.

Целта на настоящата статия е да предложи методически подход за усъвършенстване на организацията на селския туризъм в България на примера на конкретен район, намиращ се в Русенска област.

За реализиране на основната цел са поставени за разрешаване следните **задачи**:

➤ Анализ на състоянието на селския туризъм в България и фактори, обуславящи развитието му;

➤ Идентифициране на проблемите, свързани с развитието на селския туризъм в България и възможностите за въздействие върху набелязаните проблеми;

➤ Разработване на проект за алтернативен селски туризъм в Русенска област като оперативен инструмент и предпоставка за устойчивото му развитие и за подобряване на организацията и на качеството на предлаганите туристически продукти и услуги.

Предмет на изследване в разработката е организацията на селския туризъм в Русенска област, а обект е хотелски комплекс „Х”, намиращ се в областта.

ИЗЛОЖЕНИЕ:

Анализ на състоянието на селския туризъм в България и фактори, обуславящи развитието му;

Както вече посочихме селският туризъм е бързоразвиващ се отрасъл създаващ добри възможности за развитие на икономиката на селските общини, осигуряващ доходност и предпоставки за повишаване на



инвестиционната активност в тях и в страната като цяло, но той е обвързан с профила на съответния селски район, поради което когато се разработва стратегия за развитие на селски туризъм в неговите алтернативни форми, следва да отчитаме и състоянието на района силни, слаби страни, възможности и заплахи. Този анализ в специализираната литература е известен като SWOT анализ. Той позволява да се диагностицира състоянието както на района в който ще се развива туристическата дейност, така и самата тя с цел подбиране на подходяща

стратегия и превръщането на слабостите във възможност. Като допълващ елемент се прилага STEEP анализа, който спомага да се анализират тенденциите на изменение на факторите на обкръжаващата среда с оглед осигуряване на по голяма гъвкавост и прецизност при организацията на туристическите дейности. За целите на статията сме представили SWOT и STEEP анализ (табл.1 и 2) на селския туризъм в България на примера на конкретен селски регион в Русенска област и на проучването на проблемите на отрасъла общо за страната.

SWOT анализ на селския туризъм в България

Табл.1

| | |
|---|--|
| <p><u>Силни страни и предимства</u></p> <p>1)Благоприятно географско положение, съхранена и чиста природа; 2)Наличие на курортни и туристически 3)Уникално съчетание на запазен горски фонд, исторически и културни забележителности; 4)Разнообразна флора и фауна с уникални представители; 5)Наличие на свободна работна ръка; 6)Наличие на обучаващи институции в областните центрове</p> | <p><u>Слаби страни</u></p> <p>1)Амортизирана и недостатъчна леглова база 2)Недостиг на квалифицирани кадри, породен от високата степен на миграция сред младото население; 3)Амортизирано техническо оборудване и морално и технически остаряла материално – техническа база; 4)Слабо предлагане на допълнителни туристически услуги . В по – голяма част от туристическите обекти се предлага еднообразна услуга. Липсва диверсификацията в предлаганите туристически продукти и услуги. 5)Липса на общински рекламно – информационен портал на туризма.</p> |
| <p><u>Възможности</u></p> <p>1)Повишен интерес към различните форми на туризъм; 2)Развитие на специфичен туристически продукт в отговор на нови туристически атракции и дестинации; 3)Засилен инвеститорски интерес към закупуване и наемане на земи в селските райони в България; 4)Оптимално използване на човешкия ресурс; 5)Подобряване на техническа инфраструктура, благоприятстваща достъпа до туристическите обекти, чрез привличане на целеви средства 6)Предстоящото членство на България в ЕС и възможностите, по линия на Предприсъединителните програми и Структурните фондове по отношение на туризма</p> | <p><u>Заплахи</u></p> <p>1)Възможно неконтролирано застрояване в територии, застрашаващи редки видове животни, растения и др. 2)Тежката икономическа ситуация в страната; 3)Тромаво и неефективно прилагано законодателство и прекалена бюрокрация; 4)Недостатъчната популярност на регионите като туристическа дестинация както за български, така и за чуждестранни граждани. Голяма част от населението не познава географията на България, което в съчетание с липсата на информационен портал би затруднило търсенето и предлагането на туристически услуги и дестинации.</p> |



STEP анализ на селския туризъм в България

Табл.2.

| | |
|---|---|
| СОЦИАЛНИ ФАКТОРИ Застаряващо население в селските райони, ниска заетост и ограничени възможности за работа, висока степен на миграция сред младите в селата, образованието, обикновено е свързано с пропътуване до областните центрове, социални модели, селски стил на живот и др. | ТЕХНОЛОГИЧНИ ФАКТОРИ .Голяма част от селските общини са далеч от понятието научно–технически прогрес. Собственците на къщи за гости обикновено не са запознати с възможностите, които предлагат информационните и комуникационните техника и технологии, което оказва влияние върху качеството на обслужване и съответно върху потока от туристи. |
| ИКОНОМИЧЕСКИ ФАКТОРИ Проблеми с инфраструктурата, стандарта на живот е нисък, равнището на безработица е голямо, влиянието на чуждестранните инвестиции е много слабо или няма такова, средствата от СФ на ЕС, които се отпускат по програма за развитие на селските райони не се усвояват рационално и целесъобразно и др. | ПОЛИТИЧЕСКИ ФАКТОРИ Законодателството е тромаво, приоритет са политическите пристрастия в страната, структурата на управление и самоуправление не са ефективни и ефикасни, данъчната политика е рестриктивна, т.е тя не облекчава бизнеса, а ограничава допълнително възможностите му и стимулира инвестирането на средства в сивия сектор и др. |

Очакваните тенденции, свързани с туристическото поведение в селските райони до 2020 год. могат да бъдат сведени до:

- Нарастване на изискванията на туристите към качеството, специфичността, атрактивността и разнообразието на туристическите услуги като основен фактор, определящ поведението на туристите;
- Ориентиране на предпочитанията на туристите към по близките до постоянното им местожителство дестинации и насочване към дестинации, гарантиращи спокойствие и сигурност на престоя;
- Нарастване на дела на детските и младежки пътувания с цел обучение, културно образователен туризъм и състезания;
- Увеличаване на дела на информационните и комуникационни технологии в хотелиерството, туроператорството и обслужването на туристите.

Очаква се съвременния потребител на селски туризъм да бъде идеалния туристически мултипотребител, което се изразява в това в рамките на периода, за който пребивава в населеното място да осъществява различни видове дейности. Съвременният турист ще притежава опит, който ще определя решенията му при избор на туристически обект следвайки съотношението качество цена. Другата тенденция е съвременният потребител на туристически услуги в България да бъде по информиран, което ще го прави по гъвкав при вземането на решения. Той ще търси истината за качеството на предлаганите услуги, а не рекламни обещания и не само, че ще участва в различни преживявания, но и сам ще подбира елементите им.

Това изправя собствениците на туристически

обекти в селските райони в България пред предизвикателството да изградят своя печеливша стратегия, съобразно особеностите на района и особеностите на потребителските вкусове и изисквания. Визията им би трябвало да бъде в посока устойчиво развитие на туризма в представляваната от тях община в хармония с уникалното природно богатство и културно историческо наследство и за благо на местната общност. Но всичко това са тенденции, очаквани да се развият във функция от времето. На този етап от развитието на селския туризъм в България и на икономиките на селските общини на фона на общата икономическа конюнктура в страната и в света има множество проблеми върху някои от които чрез подходящи механизми може да се въздейства и да се подобри общата картина в сектора и в отделните негови звена.

Идентифициране на проблемите, свързани с развитието на селския туризъм в България и възможностите за въздействие върху набелязаните проблеми

Световната финансова криза и рецесията в икономиката се отразиха не само на туризма, но и на бизнеса въобще. Съвкупното търсене в страната се сви поради неплатежоспособното търсене, бизнесът сви предлагането, равнището на безработица нарастна, но заедно с него противоположно на мнението на Филипс за обратната зависимост между инфлация и безработица, темпът на инфлация също нарастна. Най тежко се оказа положението в селските райони със слабо развита икономика и инфраструктура. Миграцията на населението от селските райони значително нарастна, някои села се



обезлюдиха, в други преобладаващо е населението от третата възраст, което определено демотивира предприемачите да инвестират ресурсите си в тези райони и те насочват капиталите си към големите областни центрове. Унищожават се всякакви възможности и предпоставки за развитие на туризъм, търсенето и предлагането на туристически продукти се осъществява от големите пазари, от международните пазари. Според статистически данни, отразени в информационното пространство международният туризъм се възстановява с много по бързи темпове от родния ни, благодарение на по добрите икономически условия в света. По данни на Световната организация по туризъм увеличението на туристическия трафик е достигнало 6,7% през 2010 година до 935 милиона чуждестранни туристи спрямо очакваните 920-930 милиона. В нововъзникващите пазарни икономики покачването е с 8% спрямо 5% в развитите икономики. В Близкия изток туризмът е нараснал с 14%, а в Северна и Южна Америка с 8%. Европейският туризъм обаче отчита растеж от само 3%. СТО очаква увеличението да продължи и през 2011 година, но с по-бавен темп от 4 до 5%. Под един процент е делът на туризма в Брутният вътрешен продукт (БВП) на Румъния за изминалата година. В същото време в България се очаква той да бъде 10 на сто. Въпреки, че страната ни е една от европейските страни задела най-много средства от СФ на ЕС за реклама на туристическите си продукти по важните проблеми, които могат да бъдат идентифицирани и които възпрепятстват развитието на алтернативен селски туризъм не само в района, обект на изследване в разработката, но и в по-голямата част от селските райони са:

➤ Проблеми, произтичащи от философията на управление както на съответния район, а и не само на него на всички селски райони в страната и на туристическия бизнес. Като цяло политиката на управление на селските общини в страната е неефективна и неефикасна. Приоритет се отдава на ползите от политическите пристрастия, на персоналните ползи на управляващите и на ръководителите на определени групировки, което до известна степен повлиява върху философията на управление на бизнеса независимо от предмета му на дейност, в частност на туристическата индустрия. Отпусканите средства по линия на Програмата за развитие на земеделието и селските райони, както и по други програми не се оползотворяват рационално и целесъобразно. Понятието организация се разбира криво или се използва неадекватно. В тази връзка следва да отбележим, че организацията представлява обединение на хора, поставили си обща цел и координиращи усилията си за нейното осъществяване. За съжаление у нас все още доминира

схващането, че организацията е съвкупност от машини, съоразения и технологии. Всичко това обаче е само средство, в центъра стои човешкият фактор – мотивиран, активен, инициативен трудов ресурс. А този ресурс в селските райони е демотивиран, застаряващ, без амбиция за развитие, защото организацията на икономиката в селските общини е слаба, именно поради грешно възприетата философия на управление.

➤ Проблеми, произтичащи от лошата инфраструктура в районите. В по-голяма част от селата пътната мрежа е под нивото си, липсва канализация, връзка с интернет и телефон. Естествено е, младото население да потърси друго с по-нормални условия за живот място, където ще получи и по-добри възможности за реализация.

➤ Проблеми, произтичащи от ниската степен на квалификация и образование на селското население. Някои жители на села са с основно или начално образование, други са неграмотни и незаинтересовани за своето професионално развитие

➤ Проблеми, произтичащи от нелоялната конкуренция в бранша и други.

Тези и редица други проблеми не позволяват да се използва потенциала на българското село, на природните му, исторически и културни забележителности. Селските райони в България, в частност и тези в Русенска област се характеризират със следните предимства: тишина, спокойствие, чист въздух, зелени площи, чисти води, пресни и екологично чисти земеделски продукти, горски плодове, билки, активен спорт. Особено важно в селската обстановка е семейната атмосфера и отдих. Селската среда се утвърждава, като нова туристическа атрактивност, различна от урбанистичните съчетания на големите курортни комплекси. С тази нова форма на отдих се намалява завземането на нови земеделски и горски терени за строителство на курортно-туристически обекти, използва се съществуващ жилищен фонд и инфраструктура, задържа се месното население чрез заетост в обслужването и повишаване на икономическото му състояние, опазване на архитектурно-историческите и природни ценности.

Развитието на селския туризъм не само, че може да осигури допълнително квалифицирани работни места за младото население на Русенска област и на другите селски общности, но и да се превърне в солиден източник на финансови ресурси както на населението, така и на общините, които ще могат да печелят от отдаване на терени под аренда, изграждане на смесени фирми или просто от събиране на данъци от работещи фирми. Възможностите, с които разполага областта, обект на



внимание в статията са природните дадености исторически-те мономенти и паметници на културата. Те не се използват в необходимата степен, поради което на този етап от развитието на туристическия бизнес не можем да говорим за използване на екологичните и социо-културни ефекти на районите. За целта е необходимо да се разработи стратегия и да се избере политика за управление и развитие на селските общини и на туризма в тях, които да постигнат търсения синергичен ефект. Конкретните предложения и насоки за развитие на селския туризъм и за оживяване на икономиката на селските общини са представени в следващия параграф от разработката, която е ключовата част от изследването, тъй като представя компилация от теоретичен модел и методически подход, изразяващ творческите виждания на автора, относно разглежданата проблематика.

Насоки за усъвършенстване на организацията на селския туризъм в България и в частност в Русенска област

В настоящия параграф от статията авторът поставя акцент върху:

- ✓ **Иновативните подходи за усъвършенстване на качеството на предлаганите туристически продукти и услуги в района, обект на изследване;**
- ✓ **Формулирането на стратегия за засилване на екологичните и социо-културни ефекти от туризма;**
- ✓ **Разработването на проект за алтернативен селски туризъм в Русенска област.**

■ Иновативни подходи за усъвършенстване на качеството на предлаганите туристически продукти и услуги.

Съществуват различни определения за понятието иновация. Някои от тях са навлезли широко в публичното пространство. Като пример може да се даде определението записано в Закона за стимулиране на изследванията и разработките, приет в Япония през 2007 г. Според него създаването на иновации означава „разработка и внедряване на нови продукти, на нови приложения, на нов начин на производство, предлагане и продажба, на нови методи на управление, чрез които се създават нови ценности и се формират промени в икономиката и обществото. Според съвременните схващания иновацията може да се разглежда като нов начин на мислене и правене на нещо ново. Тя може да се отнася както за малки подобрения и изменения, така и за радикални и революционни промени в мисленето, продуктите и организацията. В икономиката иновациите трябва да увеличат полезната стойност, трябва да повишат

производителността и богатството, както и конкурентоспособността на районите и на бизнес единиците в тях.

За да отговори на изискванията за иновация даден феномен, в случая селският туризъм трябва да отговаря на следните параметри:

- **Новост**, което се изразява в това да притежава качествено различна степен на усъвършенстване спрямо предходното състояние или спрямо предходен феномен от подобен клас или вид. За да бъде определен като иновация даден феномен не е достатъчно да е нещо ново, а да създава силен позитивен ефект.
- **Минимални разходи** – важна характеристика на иновацията е позитивният ефект да се постига чрез минимални разходи или най-малко съотношението позитивен ефект / разходи да бъде многократно в полза на ефекта.

Иновацията в сферата на туризма представлява въвеждането в употреба на нова или значително подобрена идея, стока, услуга, процес или практика, характеризираща се със значителна позитивна стойност и минимални разходи при задоволяване на определена туристическа потребност. Изясняването на логическата обвързаност между иновации и конкурентоспособност в сферата на селския туризъм е важно, за да се определи съдържанието на тази специфична дейност. Въпреки привидната яснота на понятието „туризъм“ в специализираната туристическа литература съществуват множество определения и дефиниции. Общоприето е, че туризмът е феномен, включващ движение и престой в дестинация, намираща се извън постоянното местоживеене. Той е сложно явление, включващо разнообразие от връзки и променливи. Туристическата дейност включва туроператорска и туристическа агентска дейност, хотелиерство и ресторантьорство, както и предоставяне на допълнителни туристически услуги. Туристическите обекти са местата за подслон (хотели, вили, къщи за гости, хижи и др.), заведенията за хранене и развлечения, центровете за забавление и други.

Опитът на другите страни показва, че конкурентно предимство в дадена сфера може да се постигне не чрез отделно производство, а чрез създаването на клъстери, обединени чрез хоризонтални и вертикални връзки. Клъстерите могат да бъдат създавани и в туристическата индустрия. Основна цел на новата туристическа политика в Европа и в това число и в България е подобряване на конкурентоспособността на туристическата индустрия и създаване на повече и по-добри работни места чрез устойчивото ѝ



развитие както в национален, така и в глобален мащаб.

Иновативните подходи за усъвършенстване на качеството на предлаганите туристически продукти и услуги в практиката често се отъждествяват с понятието "добри практики". Постепенно терминът „добри практики“ става носител на смисъла ”добри идеи”. Добрите практики са техника, метод, процес или действие, което се счита за по-ефективно при предоставянето на конкретен резултат от всяка друга техника, метод или процес. Идеята се състои в това, че с провеждането на подходящи процеси, проверки, тестове, може да се получи желан краен резултат с по-малко проблеми и непредвидени усложнения. Добрите практики могат да се определят, като най-ефикасен (с най-малко усилия) и ефективен (най-добри резултати) начин за изпълнението на задача, базирана на повтаряеми процедури, доказани във времето пред широк кръг от хора.

Въпреки нуждата от подобрието на процесите във времето, добрите практики се считат за бизнес понятие, използвано при описването на процеси на развитие и следване на стандартен път за изпълнение на дадена практика, които много организации могат да прилагат в своето управление, организационни политики и особено в сферата на информационните технологии. В сферата на селския туризъм добрата практика означава усъвършенстване или подобряване на параметрите, с помощта на които ще получим търсения синергичен позитивен ефект усъвършенстване на пътната инфраструктура, внедряване на нови методи на обслужване на туристите, въвеждане в номенклатурата от услуги СПА процедури, прилагане на съвременни подходи за обучение и мотивация на безработните лица и др.

Съвременните тенденции в развитието на туризма налагат създаването на иновативни продукти, основаващи се на информационните технологии, което дава възможности за повишаване на конкурентоспособността на дестинацията. Това изисква текущо следене на съвременните туристически тенденции, от които да се генерират идеи за реализирането на нови проекти. Тази практика е изключително полезна, но към момента би било трудно тя да се реализира предвид ниската степен на използване на информационните технологии на територията на селските общини. Ето защо, е важно при изработването на бъдещи стратегически и маркетингови документи да се заложи на внедряването на информационни технологии в обществената дейност.

На територията на общините от Русенска област (предвид техния сравнително равнинен релеф)

съществуват много добри условия за извършване на реклама на екологични практики използване на екологични продукти, разработване на инициативи за опазване на околната среда, които същевременно са важни предпоставки за развитие на екологичен туризъм. Не на последно място, следва да се има предвид, че развитието на туристическата дестинация ще привлече много временно пребиваващи туристи, което неминуемо ще наруши екологичното равновесие, ако не се вземат адекватни мерки, като например изграждане на съоръжения за отпадъци в туристическите маршрути, тоалетни, въвеждане на контрол върху чистотата и т.н.

В Испания една от страните със изразен дял на туризма в БВП на страната се прилага практиката за професионално обучение на хората в областта на селския туризъм и приложението на информационните технологии в него. В България голяма част хората обикновено гледат скептично на тази инициатива смятат я за изгубено време и разход на средства, защото са на мнение, че за да развие туризъм е достатъчно да имаш имот и много пари. Но практиката показва, че не е точно така. Пример в сферата на селския туризъм може да се вземе и от Австрия, където тази индустрия се разглежда като единство от потенциал, здраве и екология и интегриран туризъм, известен в България като модел на мултифункционално земеделие (селско стопанство, туризъм, търговия и местни асоциации).

Като възможност за диверсифициране на туристическите дейности и засилване на положителните ефекти от туризма в селския район, което ще увеличи въздействието му върху потенциалните туристи може да се приложи внасянето на СПА елементи и други нетрадиционни забавления например предоставянето на велосипеди под наем за посетителите на комплекса, желаещи да обиколят близките местности, фитнес и масажно студио, предлагани чрез прилагане на маркетингов трик и др.

Елементите на СПА философията са четирите основни вода, огън, въздух и земя.

Вода всички терапии, които се извършват чрез минерална вода басейни, хидро масажни вани, терапии с водорасли, морска сол и лечебна кал.

Огън тук спадат процедурите, които пречистват тялото от токсини чрез загряване и изпотяване сауна, парна баня, термо терапии и др.

Въздух терапии свързани с въздействието на чистия въздух върху кожата на лицето и тялото. Включват се всички разкрасителни и хидратиращи процедури за лице и тяло подмладяване, пилинги, регенерация, озонотерапии.

Земя лечебни терапии с продукти от земята билки, цветя, растения, почва. Това са широко



популярните медо и вино терапии, арома терапии с етерични масла, билкови и плодови маски и масажи с в у л к а н и ч н и к а м ъ н и .

Най-подходящата процедура за себе си човек може да избере според вътрешните си усещания, а някои се ръководят от зодиакалния си знак.. Всяка зодия принадлежи на един от тези 4 елемента, така че би могъл да пробва или да започне с масаж от своя елемент.

Проучванията в областта показват, че търсенето на спа - туризъм в България е нараснало 3 пъти за последните 5 години. Поради наличието на много минерални находища в почти изцяло незастроени дестинации из цялата страна, не е необичаен и интересът на чужди и местни инвеститори именно към модерни СПА комплекси. С нарастващата популярност на СПА процедурите и релаксиращите и лечебни терапии се наблюдава и тенденцията на повишено предлагане и съответно организиране на СПА почивки, за сметка на спад в други отрасли от туризма по време на кризата. В световен мащаб търсенето на СПА с цел пътуване и ваканция се е повишило 2 пъти от 2004 година насам. Интересът като че ли се провокира от развенчаването на убеждението, че СПА е за „красивите“ и за „богатите“. СПА услугите са се превърнали в лесен и достъпен метод за справяне със стреса и цялостно подобряване на душевното и физическо състояние, в съчетание с чистия въздух и природни дадености алтернативния селски туризъм може да се превърне в атракция за населението на дадената община и за идващите от други населени места български и чуждестранни граждани или така наречени туристи.. Точната дума описваща гореизброеното е “wellness” когато съзнанието иска тялото да се чувства добре.

Нуждата от управленска стратегия за развитието на туризма на местно ниво е следствие от интегративния характер на туристическия отрасъл (функционалните му връзки с други икономически отрасли) и е обусловена от наличните туристически ресурси, моментното им състояние, степента на тяхното използване и техния туристически потенциал, ползите, които тяхната правилна експлоатация би донесла за общо-икономическото развитие на общината и региона. Стратегията трябва да постави развитието на туризма като един от приоритетите при общото икономическо развитие на общината, чрез ангажирането на местната власт в решаването на въпросите и проблемите на местно ниво пред туризма и пряко свързаните с него отрасли и създаването на благоприятна микросреда за развитието на частния туристически сектор. Воденето на целенасочена политика в тази сфера ще гарантира устойчивостта в развитието на туризма и

на дестинацията като цяло.

Устойчив туризъм е този, който осигурява за бъдещите поколения социални ценности и природни ресурси във вид, който са били наследени, съхранени и възстановени, като осигурява приходи и печалби за бизнеса и развитие на икономиката в региона и увеличава благосъстоянието на местното население. Устойчивият туризъм е основен двигател и важно условие за устойчивото развитие на дестинацията, защото чрез него от една страна се осигурява баланс на интересите на всички участници: местното население, туристите, туроператорите, местния бизнес от туризма и свободното време, местната власт и обществеността, чуждестранните туроператори, а от друга страна и между икономическата ефективност от туризма и защита на социалната и екологична среда. Следователно устойчивият туризъм е туризъм с дългосрочна ориентация, интегративен процес, осигуряващ просперитет за икономиката и бизнеса, в т.ч. чрез използване постиженията на глобализиращото се общество (**икономическо измерение**), допринася за съхранението на етичните и морални норми, традициите и етно ценностите (**социално измерение**), защитава и съхранява природното разнообразие и богатство (**екологично измерение**) и се постига чрез съвместни усилия, участие и взаимодействие на посочените по горе участници (**институционално измерение**).

В тази връзка може да се посочи, че основните стратегически цели следва да бъдат концентрирани в:

- Създаването и развитието на конкурентоспособен и иновативен туристически бизнес;
- Съхраняване на природното и културно наследство на региона и рационално оползотворяване на абсолютните му и относителни предимства;
- Създаване на заетост и възможности за реализация на селското население в региона чрез диверсифициране на икономическите дейности в него.

Реализирането на стратегическите цели на туризма в селската община и постигането на ефективност и устойчивост може да се постигне само чрез избор на правилни подходи.

Опазването на биологичното разнообразие и културно наследство е част от мисията на туризма, посочена в стратегията за развитието му. Туристическият имидж също е с особено значение за общината. Ефективният маркетинг и реклама са ключови за целта. Имиджът е особеният начин, по който потребителите възприемат дадената фирма, в случая общината и туристическия бизнес в нея. За да бъде ефективна стратегията за развитие на селския туризъм целесъобразно е да се отчете вида на



конкуренцията и стратегията за развитие на конкурентите. Този вид маркетингова стратегия се нарича стратегия на М.Портър.

В публичното пространство са отразени стратегиите за развитие на туризма в други населени места. Все още не е известно да има специално разработена стратегия за развитие на туризма в селата, намиращи се в Русенска област, поради което сме направили опит на базата на наличната информация за характеристиката на района, спецификата на туристическите обекти в него и ефекта, който искаме да постигнем да представим насоки за стратегическо развитие на селския туризъм в селска община в област Русе.

■ **Формулиране на стратегия за развитие на селския туризъм в селска община в област Русе.**

Визия

Устойчиво развитие на туризма в община „Х“ в хармония с уникалното природно богатство и културно-историческо наследство на района за благо на местната общност.

Цели

- Развитие на традиционен, нетрадиционен (иновативен) и алтернативен туристически продукт на територията на общината
- Съхраняване на природните дадености и екосистемата на региона
- Повишаване на заетостта в резултат на развитието на сектора

Основни приоритети и мерки за тяхното постигане

Проритети

- Устойчиво развитие на туристическия продукт в комплекс „Здравец“
- Развитие на алтернативен туристически продукт
- Подобряване качеството на обслужването и разширяване на туристическите услуги
- Популяризиране на туристическия продукт
- Развитие на туристическия клъстер

Мерки за постигане на набелязаните приоритети

Мярка 7.1. Устойчиво развитие на туристическия продукт в комплекс „Здравец“

Предвижда се да бъде разширена и осъвременена легловата база в комплекса, като се модернизират съществуващите и / или се изградят нови обекти. По този начин се очаква местата за настаняване да достигнат 50-100 легла. Едновременно с разширяването на легловата база ще бъдат изградени нови атракции и търговски обекти спортно-развлекателен център, зона за отдих и спорт, велоалея с два модула и улица на занаятите и услугите. Финансиране ще се търси основно от

частния сектор по отношение на легловата база; от частния сектор и фондовете на ЕС за подобряване на търговската и развлекателна инфраструктура. Общината ще участва главно със собственост върху терени и инфраструктура, която ще предостави за реализацията на проектите.

Важен момент при реализацията на мярката е да не се допусне нарушаване на съществуващата екосистема, която прави курортното селище уникално. В този смисъл, партньорството между местната и държавната власт, предприемачите и местната общност ще има ключово значение при планирането и изграждането на местата за настаняване и туристическите атракции.

Мярка 7.2. Развитие на съпътстващ туристически продукт във вътрешната част на общината

Във вътрешността на общината ще бъде създадена и друга леглова база между 10-20 места за настаняване, предимно във възстановени и модернизирани стари къщи, обединени в мини-етнографски комплекси във възрожденски стил. Предвижда се под формата на частна инициатива да бъдат създадени около 2-3 къщи, всяка от които да предлага 6-10 места за настаняване, като по този начин се очаква да бъде създадена постоянна заетост за около 50 души. Паралелно с това ще бъдат възстановявани и паметници на културата, които биха представлявали интерес както за туристи от комплекса, така и за ценителите на историческия и познавателен туризъм. За плановия период се предвижда със средства на общината, държавата, еврофондовете и средства на инвеститори да бъдат възстановени паметниците на културата и инфраструктурата на селището.

Допълнителен елемент от туристическия продукт ще бъде създаването на условия за спортен риболов и отдих край два от язовирите със средства на частни предприемачи и подкрепата на фондовете на ЕС за развитие на рибовъдството.

Мярка 7.3. Подобряване качеството на обслужването

Повишаване качеството на обслужването е в пряка зависимост от състоянието на работна ръка в общината. В тази връзка ще се изготви анализ на нуждите от обучени кадри за работодателите в сектора или с други думи ще се направи планиране на количеството и квалификацията на работната сила в района. Ще се извърши одит на уменията и нагласите на наличните човешки ресурси в общината, което е елемент от управлението на човешките ресурси в организацията. На база констатираните качествени и количествени несъответствия между търсенето и предлагането на работната сила ще се предложат мерки за



обучителни, квалификационни и преквалификационни курсове с препоръки за обучителни програми. Целта е да се подобри образователното ниво на безработните лица в района, за да бъдат по-адаптивни при променящите се условия на микро и макросредата.

Мярка 7.4. Популяризиране на туристическия продукт

В подкрепа на развитието на туристическия продукт в общината се предвижда неговата промоция и популяризиране. За целта ежегодно ще бъде издавана рекламна брошура на четири езика български, руски, английски и немски. Ще бъде разработен и рекламно-информационен сайт, предлагащ възможност за резервации онлайн. Финансирането на тези мерки ще бъде със средства на общината, предприемачите в областта на туризма и подкрепата на еврофондовете, като се очаква след първоначалното им стартиране, едновременно с развитието на туристическия продукт дейностите да започнат да се самофинансират.

Предвижда се участие и на национални и международни туристически борси с идеята да се даде гласност на туристическия обект и предлаганите от него услуги.

Мярка 7.5. Развитие на туристическия клъстер

Мярката предвижда да се разработи проект за изграждане на туристически клъстер на територията на общината, обект на изследване. С проекта се цели повишаване на конкурентноспособността на региона, чрез базиране на световната практика за изграждане на мрежи. На база изготвения анализ за развитие на туризма в региона и формулираните визия и цели ще се изработи карта на основните стопански субекти и връзките им с доставчици, клиенти, неправителствени организации образователни институции и свързани с тях компании от други отрасли. Ще се изготви план за действие, включващ краткосрочни и дългосрочни приоритети и форми за институционализация на клъстера. Ще се изработят правила за работа в клъстера и ще се определят форми и източници на финансиране на новата структура. Предвижда се увеличаване на приходите от продажби и засилване на конкурентното предимство на обекта в сектора.

■ Разработване на проект за алтернативен селски туризъм в район „X” на Русенска област

Проектът представлява съвкупност от идея, план и действие за промяна в публичното пространство и бизнеса в определен срок и при ограничени ресурси. Като специфичен продукт на човешката дейност проектът притежава следните характеристики, които го отличават от другите

видове дейности в публичното пространство и бизнеса:

- Той има една главна конкретна цел;
- За изпълнението му се осъществяват последователни и обвързани една с друга дейности;
- Уникален е тъй като е съвкупност от еднократно изпълнявани дейности за решаване на конкретен проблем в региона или в бизнес единицата;
- Той има точно определено начало и край;
- За изпълнението му са предоставени определени финансови, човешки и материални ресурси, които най-често са ограничени по размер;
- В изпълнението на проекта вземат участие хора от различни предметни и функционални области, много често и външни изпълнители.

В зависимост от причината за разработването на проекта имаме активна причина, породена от благоприятните възможности на икономическата и социална среда и реактивна причина, породена от реакция на конкретен проблем в региона или в бизнеса. За развитието на селския туризъм може да се разрабават проекти, породени и от двете причини и от възможност на средата и от реален проблем. Следва да отбележим, че проекта, който ще представим в синтезиран вид в този параграф от разработката е реактивен.

Идеята на проекта ни е да се създаде алтернативна заетост и да се подобри качеството на живот в селските райони чрез развитие на селски туризъм в хармония с природните и културни ценности на района.

✓ Описание на проблема

Селските общини в България, в частност в Русенска област се характеризират с високо равнище на безработица, миграция на населението, нисък стандарт на живот. Голяма част от имотите в селата остават необитаеми, липсата на възможности за реализация принуждава младите да мигрират в големите градове или извън страната. Икономическата ситуация, както в страната така и селските райони е утежнена и създава сериозни предпоставки за развитие на сивия сектор и на контрабандната търговия, които са елементи на скритата икономика.

✓ Основна цел

Оживяване на икономиката в селските райони от Русенска област и намаляване на неравнопоставеността им с тези от другите европейски страни чрез диверсификация на икономическите дейности в тях.

✓ Цел на проекта

Създаване на алтернативна заетост чрез изграждане и развитие на туристически обект за селски туризъм в район „X”

Целите на проекта трябва винаги да съответстват на набелязаните проблеми, т.е. ако



проблемите и целите се представят в дървовидна структура, за да се отрази причинно следствената връзка дървото на целите е огледален образ на дървото на проблемите (фиг.1. и 2.)

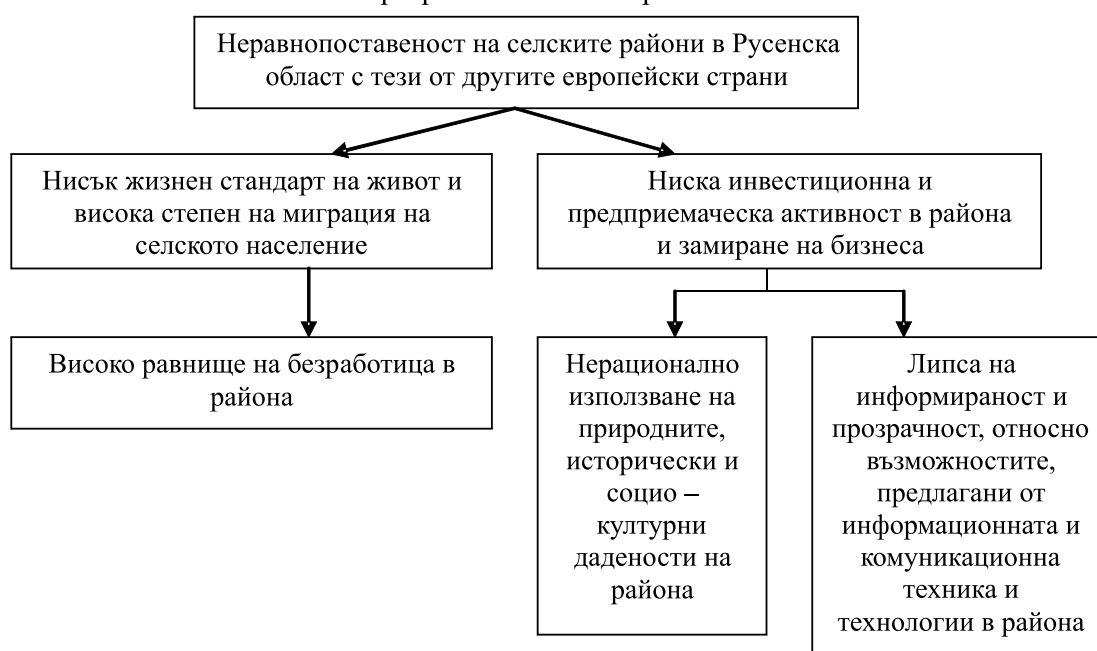
От фигури 1 и 2 става ясно, че проектът, който предлагаме е само оперативен инструмент, методически подход, чрез който могат да бъдат преодолени голяма част от набелязаните проблеми и да се постигнат множество приоритетни за района цели, но за да се постигне мащабен ефект с дългосрочен и устойчив характер е необходимо да бъдат разработени и реализирани множество аналогични проекти въздействащи върху конкретни

области на интервенция в общината, областта и в страната като цяло.

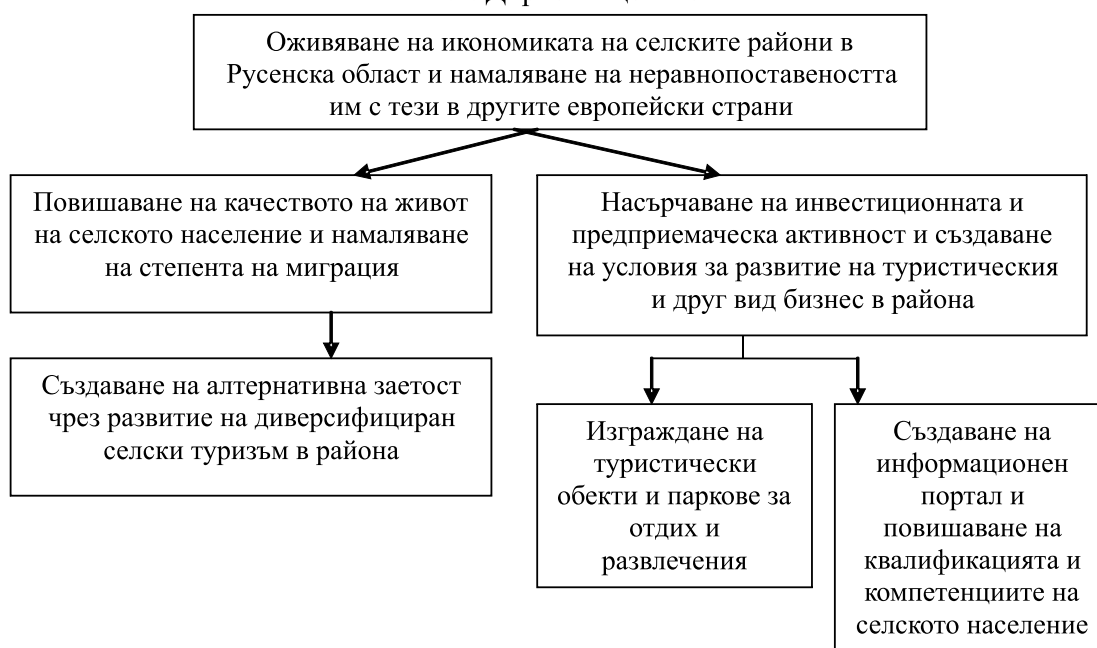
✓ **Очаквани резултати след реализацията на проекта:**

- 1) Създаване на постоянна заетост и подобряване на качеството на живот на селското население;
- 2) Увеличаване на привлекателността на района и стимулиране на предприемаческия дух на младото население, увеличаване на дела на инвестициите в туристическия сектор;
- 3) Увеличаване на приходите от туристическата дейност и създаване на добавена стойност.
- 4) Раздвижване на пазара на земя и имоти в региона

Фиг.1. Дърво на проблемите, обуславящи необходимостта от разработването на проекта



Фиг.2. Дърво на целите





Критерий за успеха на проекта: брой новооткрити работни места, брой туристи, включително и чуждестранни, дял на приходите в общия обем БВП

Целева група и бенефициенти по проекта: жителите на района, общината, НПО и бизнеса в неговите различни правно организационни форми на проявление

✓ **Дейностите по проекта са:**

- 1) Проучване на офертите за продажба на земя и имоти в непосредствена близост до обекта, ако има вече съществуващ туристически обект и трябва да се разшири дейността. Ако тепърва ще се създава туристическата дейност проучват се офертите за продажба на земя и имот и възможностите за комасация.
- 2) Избор на подходяща оферта и договориране на условията за покупко продажба;
- 3) Регистриране на бизнеса под определена правно организационна форма и в агенцията по приходите и НОИ;
- 4) Строително - монтажни дейности и / или реконструкция на имота. Изграждане на басейни, увеселителен кът, заведение за хранене и пълното им обзавеждане в съответствие с най новите изисквания за изграждане и обзавеждане на такъв тип обекти.
- 5) Набиране и подбор на персонал за рецепционисти, камериерки, салонен управител, аниматори, счетоводител касиер, технически специалисти за поддръжка и аварийни ремонти на техниката и оборудването в туристическия комплекс.

За изграждане на логиката на проекта се прилага подходът на Логическата рамка (матрица). Подходът е разработен през 70 те години на 20 ти век от Американската агенция за международно развитие. Състои от фаза на анализ и фаза на планиране. Във фазата на анализ се извършва анализ на състоянието в момента, с цел да се изработи визия за бъдещото желано състояние и да се избере пътя за неговото постигане. Основните техники за целта са анализ на заинтересованите страни, разработване и анализ на дърво на проблемите и дърво на целите, анализ на силните и слаби страни, възможностите и заплахите, анализ на тенденциите и избор на стратегия, т.е всичко онова, което разгледахме до този момент.

Във фазата на планиране идеята на проекта се превръща постепенно в разработен план. В тази фаза се съставя матрица на Логическата рамка, определят се дейностите и ресурсите и се изготвя графика за изпълнение и бюджета.

Вертикалната логика на матрицата показва логиката на интервенцията или как при наличие на необходимите средства действията се превръщат в резултати и водят до постигане на целта на проекта и

на общите цели на общността.

Хоризонталната логика показва как ще се измерва успеха на проекта, т.е неговия напредък. Логическите връзки могат да бъдат представени чрез таблица (4 x 4, т.е четири колони, четири реда), отразени в приложение 1 на статията. Необходимо е да отбележим, че разпределението и управлението на дейностите и задачите по проекта във функция от времето се осъществява чрез използването на така нареченият график на Гант или мрежови график. В практиката за целта често се използва програмата MS Office Project.2007 или 2010 като чрез прилагането ѝ се цели прецизност, ефективност и ефикасност на управлението на проекта. Използването ѝ може да подпомогне процеса по разработването на бюджета на проекта и свеждането до възможния минимум на подценяването или надценяването на разходите. За да бъде прецизно изготвен бюджетът е необходимо да се знаят единичните цени на ресурсите, какво количество от тях ще бъде необходимо за осъществяване на конкретната дейност по проекта и какъв е очаквания общ размер на разходите. При бизнес проектите може да бъде направена и прогноза на очакваните парични потоци от използването на инвестираните средства и периода на възвръщаемост, което от своя страна позволява да се определи ефективността на инвестицията и бъдещите ползи от нея. Авторът на статията не е отразил графика на Гант и бюджета на предлагания от него проект поради редица съображения, както и не претендира за изчерпателност на разглежданата проблематика, но чрез съдържанието на разработката цели и е направил опит да представи на аудиторията актуалното състояние - силни и слаби страни, възможности и заплахи на селския туризъм в България и в частност в Русенска област като предпоставка за формулиране на подходяща стратегия за развитието му и за оживяване на икономиката в селските райони в страната в съответствие с целите на ОСП и на програмната рамка, да предложи оперативен инструмент за въздействие върху региона, целевата група и туристическия бизнес в неговите алтернативни форми и да допринесе за обогатяване на теорията и практиката в сферата на инвестициите, икономиката и мениджмънта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

Въз основа на представения литературен обзор, изследвания и обобщаване на резултатите могат да бъдат обособени следните изводи:

- 1) Селският туризъм в България е социално икономически феномен, предоставящ големи възможности на общините заетост, устойчиви доходи, инвестиции, екологични ефекти и др., но той функционира в условия на силно изразена



конкурентна среда, която често приема нелоялна форма, при утежнени икономически и политически условия, което изисква намесата на държавата

2) Прилагането на теоретико методологичен инструментариум, адаптиран към особеностите на региона и на бизнеса позволява навременното идентифициране на проблемите и набелязване на механизмите за въздействие върху тях. Това създава предпоставка стратегията за развитие на туризма в региона да бъде ефективна и ефикасна, т.е желаните позитивни ефекти да бъдат постигнати с минимални разходи.

3) Чрез разработването и реализирането на различни проекти по съответните мерки на ПРСР се скъсява пътят към устойчиво развитие, икономически растеж и заетост.

Literature:

1. Velev M. "Rule of the marketing", S.2005.
2. Koprinarov B. "Inventions and competitiveness of the bulgarian tourism in environments of economic depression", B.2010.
3. Mihaylov M. "Strategic tourism administration", NBU, 2005.
4. Nedelcheva N. "Diversification of the activities in the arcadian regions of call - out and presumption of their sustainable growth" V.Tarnovo, 2009.
5. Ribov M. "The tourism in the era of the property", S.2003.
6. A strategy for development of the tourism in Ruse domain
7. www.economy news.bg

Логическа рамка на бизнес проекта

Приложение.1

| | Логика на интервенция | Обективни индикатори за оценка | Източници и средства за провеждане | Предпоставки и рискове |
|---------------------------|--|--|--|--|
| Общи цели | Оживяване на икономиката и намаляване на неравнопоставеността на района с тези в другите европейски страни | Ръст на приходите в района, дял на нетния продукт в общия за страната и в света | Финансови отчети, доклади на НСИ и др. | |
| Цел на проекта | Създаване на алтернативна заетост чрез изграждане и развитие на туристически обект за селски туризъм в район „X” | Брой заети, равнище на безработица в района спрямо предходния период | Агенцията по заетостта, бюрата по труда в района, анкетни проучвания | Фактори и предпоставки : Размер на потока от туристи в района, заинтересованост на селското население в района към предприетите инициативи, изграждане на модерна инфраструктура и привличане на чуждестранни и местни инвеститори |
| Очаквани резултати | 1.Създаване на постоянна заетост за около 100 – 150 души с тенденция за нарастване на броя им. 2.Увеличаване на привлекателността и стимулиране на предприемаческия дух на селското население в района. 3.Увеличаване на приходите от туристическа дейност и създаване на добавена стойност. 4.Раздвижване на пазара на земя и имоти в района | Брой заети след реализацията на проекта, дял на инвестициите – местни и чуждестранни в брутният продукт на района, размер на приходите и печлбите, генерирани от туристическа дейност, цена на земята и на имотите в района преди и след реализацията на проекта | Статистическа информация, отчет за приходите и разходите, анкетни карти | Рискове: Обща макроикономическа и финансова нестабилност Условия; Благоприятна икономическа и бизнес среда в района, лоялна конкуренция, прозрачност при провеждане на тръжните процедури, диференцирано ценообразуване |
| Дейности | 1.Проучване на офертите за продажба на земя и имоти и възможностите за комасация. 2.Избор на подходяща оферта и договориране на условията за покупко – продажба. 3.Регистриране на бизнеса. 4.Строително – монтажни дейности. 5.Набиране и подбор на персонала | Финансиране по програмите на ЕС, Собствено участие и средства от донори | Разходи по проекта: За проучване и регистрация, за покупка на земя и недвижима и движима собственост за строително – монтажни дейности, финансови разходи, разходи за консултантска и проектантска дейност и др. | Добра законова рамка, гъвкавост и прозрачност на административната и съдебна система |