

## Селският туризъм в регион Родопи

Докторант ИВАНКА ЛУЛЧЕВА  
Аграрен университет - Пловдив  
E-mail: ivanka.lulcheva@yahoo.com

**Резюме:** Целта на проучването е да се извърши икономическа оценка на функциониращите малки и средни туристически предприятия, обслужващи развитието на селския и аграрен туризъм в регион Родопи, избран по показателя концентрация на туристически обекти, изразена чрез брой легла на 100 души икономически активно население.

Обектите на проучване са в планински и полупланински райони, в села от общините: Смолян, Лъки, Чепеларе, Златоград, Девин и Асеновград. Проучваните туристически обекти са разграничени според функциите и размера им на: къща с двор и земеделско стопанство; къща за гости; семеен хотел. Поради съществени различия в разходите се разграничават отоплителен и не-отоплителен период.

Резултатите от проучването показват, че социалноикономическото състояние на регион Родопи е утежнено от демографския срив, застаряването на населението, липсата на поминък, сезонната икономическа емиграция на трудоспособното население, липсата на едри промишлени предприятия, прекалено много се разчита на домашното стопанство за осигуряване на препитание.

Извършването на туристическата услуга в туристически предприятия от категорията къща с двор и земеделско стопанство е само форма на диверсификация на основната дейност на семейството и стопанството – производство на селскостопанска продукция. Туристическите предприятия от категорията къща за гости и семеен хотел са самостоятелни специализирани туристически предприятия. При семейните хотели равнището и тенденциите на изменение на приходите от продажбата на туристическата услуга и през двата периода (отоплителен, не-отоплителен) са задоволителни.

Проучените корелационни връзки и зависимости дават основание за следните изводи: тъй като равнището на производителност на труда е пряко зависимо от степента на заетост на

туристическия обект, наложително е активизиране на дейността за привличане на нови клиенти; силното влияние на размера на текущите разходи върху икономическите резултати налага подобряване на управлението им вътре в туристическото предприятие. Мениджърите не могат да влияят върху цените на консумативи и материали на пазара, така че туристическите предприятия са част от бизнес средата, която оказва влияние върху дейността им. Предлагат се някои основни мероприятия за подобряване на дейността на туристическите предприятия.

**Ключови думи:** селски туризъм, туристическо предприятие, икономическа оценка

### Увод

Реализацията на едно от основните направления на аграрната политика на Европейския съюз - развитието на селските райони, предвижда използване на различни подходи, средства и мероприятия, за да се постигне целта - развитие на стопанския живот и икономиката в тези райони; създаване на поминък и доходи на населението чрез диверсификация на дейностите; изравняване на социалните и икономическите условия в районите. Едно от средствата за постигане на тази цел е развитието на селския туризъм. През последните години в страната се създадоха голям брой обекти за обслужване на алтернативните форми на туризъм. Обособиха се два региона с голяма концентрация на малки и средни туристически предприятия; I регион - Стара планина и Предбалкана; II регион - Родопи (според Статев, 2007; Стамов, Алексиева, 2005; Атанасова, 2005). В регион Родопи са концентрирани над 100 туристически обекта за селски и други видове туризъм, в които са вложени значителни, за социалноикономическото състояние на района, капитали.

**Целта на настоящото проучване е да се направи икономическа оценка на функциониращите малки и средни туристически предприятия, обслужващи развитието на селския и аграрен туризъм в регион Родопи.**

### Методика на изследването

Обектът на изследване - регион Родопи, е избран по показателя концентрация на туристически обекти, обслужващи селския и аграрен туризъм, изразена чрез брой легла на 100 души икономически активно население, тъй като то именно е един от основните производствени

фактори и участва в процеса на туристическото обслужване. Проучени са туристически обекти в села от общините: Смолян, Лъки, Чепеларе, Златоград, Девин и Асеновград. Проучваните села в регион Родопи са разположени в планински и полупланински райони, попадат в т.н. райони за „целенасочено въздействие”, най-пълно отговарят

на критериите за изостанали селски райони.

Емпиричното изследване се основава на проведени структурни интервюта и анкети сред собственици и мениджъри на туристически обекти в посочените по-горе общини. Анкетата включва въпроси за броя на заетия персонал, материалната база, вида и структурата на разходите, получените

Таблица 1  
Table 1

Индикатори и показатели за икономическите ползи от селския туристически продукт  
Indicators and indexes of economics advantages of rural tourist product

Индикатори	Показатели/Indices
Икономическа реализация, степен на заетост на туристическото предприятие.	брой заети, реализирани нощувки number of occupied, accomplished nights
Необходимо е гъвкаво управление на наемания персонал по сезони.	производителност на труда, приходи/заетост, лв. Labor efficiency, incomes per occupied, lv.
Разпределението на разходите задължително трябва да стигне до индивидуалния им размер за всеки продукт и услуга	размер на средните променливи разходи, лв./нощувка/ rate of average variable costs, lv. per night
Умението на мениджъра, стопанина, да управлява променливите разходи.	приходи, падащи се на единица променливи разходи, лв. Incomes, for unit variable costs, lv.
Целта е да се максимализира икономическият ефект при дадено равнище на разходите; резултат, падащ се на единица разход – техническа ефективност.	печалба на единица разходи, лв. печалба от една нощувка, лв. Profit of unit costs, lv. Profit of single night, lv.
Целта е да се минимизират разходите за постигане на даден резултат; разходи, падащи се на единица резултат – икономическа ефективност.	общи разходи за една нощувка, лв. Total costs of single night, lv.
Необходимо е да се следи за степента на използване на вложения капитал; за възможността на предприятието бързо да се адаптира към промените в бизнес средата.	отношението променливи:постоянни разходи Variable/Fixed costs Ratio
Да се улеснява и ускорява вземането на икономически обосновани управленчески решения; показателят „покриващ принос” съдържа общите постоянни разходи и печалбата. Тъй като постоянните разходи остават непроменени за определен период, с този показател те се игнорират. Улеснява се вземането на управленчески решения, защото се вземат под внимание разходите, които бързо могат да бъдат обхванати.	принос за една нощувка, лв. Income of single night, lv.
Необходимо е количествено измерение на ефективността на вложените собствен капитал, инвестиции, активи на фирмата, общи разходи, приходи от продажби, както и на темповете на възвращаемост. Мениджърите на туристически обекти използват целева печалба и рентабилност като основа при вземане на решенията относно производствени, маркетингови и ценови стратегии.	рентабилност на различна база, % Profitableness in a different basis, %

Източник: Авторът, въз основа на теоретичния анализ/Author; on the basis of theoretical analysis

икономически резултати. Използва се също и информация от регистъра на Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ), информация, публикувана от Националния статистически институт (НСИ), данни от териториалните статистически бюра за периода 2007-2009 г. За целите на проучването туристическите предприятия са разграничени според основните функции, които изпълняват, и размерът им – легловата база, независимо от формата на собственост и юридическата им регистрация, а именно: 1. *къща с двор и земеделско стопанство - с леглови капацитет - до 10 броя*; 2. *къща за гости – до 20 легла*; 3. *семеен хотел – средно с 30 легла*. При формиране на извадките е използван методът на простата случайна извадка, като съставлящите единици са представени чрез безвъзвратен подбор. Обемът на всяка отделна извадка е над 30 туристически предприятия. За по-задълбочено изучаване на икономическите проблеми чрез методите на корелационния и регресионния анализ, туристическите предприятия са групирани според степента на заетост на легловата им база, изразена *чрез брой нощувки годишно*.

Резултатите от дейността се формират вследствие на обема и качеството на извършените конкретни трудови и управленски функции. Те именно са индикатори за очакваните крайни резултати (табл. 1). Икономическата оценка на дейността на туристическите предприятия е извършена чрез посочените в таблицата показатели, синтезирани въз основа на индикаторите. Поради съществени различия в размера на разходите, разграничаваме отоплителен и неотоплителен период. За по-пълно разкриване на познавателната стойност на икономическите показатели се използват и интерпретират техните статистически характеристики. При обработката на информацията, установяването на икономическите показатели и графичното им и таблично изразяване са ползвани софтуерните продукти: Office word, Office Exel, SPSS, Statistica

## Резултати и обсъждане

В регион Родопи са налице природни, културно-исторически и други забележителности и предпоставки, за да се проявят и оползотворят опознавателния и рекреационния елемент на селския туризъм. Социалноикономическият аспект на селския туризъм се обуславя от голям брой други условия и фактори, непроучени на този етап. Стопанската и икономическата дейност, в

т.ч. и производствената структура на земеделието в региона, са силно затруднени и ограничени от природно-климатичните и теренни условия. Обработваемата площ заема едва 22,92% от използваната земеделска площ. Постоянно затревените площи - естествени и изкуствени ливади, мери и пасища, заемат от 70 до 88% от използваната земеделска земя. На второ място по осигуряване на поминък на населението е отглеждането на картофи, ягоди и зеленчуци. Едва една пета от произведената селскостопанска продукция се реализира на пазара. Делът на населението над 65 години е над 24% от общото население. След 2000 г. се констатира намаляване на населението със сравнително постоянен интензитет – 0,9% годишно. В региона се включват 96 населени места, в т.ч. две обезлюдени села. Структурата на брутната добавена стойност показва, че 45–50% от нея се генерира в стопански сектор „Услуги“. 40% от активните фирми се занимават с търговия, ремонт и техническо обслужване, 13,5% - с хотелиерство и ресторантьорство, и само 5,7% - със селско и горско стопанство.

Според броя на зетия персонал 85% от активните фирми в регион Родопи са от категорията малки и средни предприятия. В община Лъки 97% от функциониращите фирми са микрофирми (до 10 зети работника); в община Смолян - 92%; в Чепеларе над 90%; 7% са малки фирми (от 11 до 50 зети работника). Малките хотели в Смолянска област (до 10 зети работника) са 95% от общия брой хотели в областта; само 6,5% от активните фирми функционират с чужди инвестиции, докато в Пловдивска област - 78%. 67% от икономически активното население е заето в микро- и малки предприятия, като 64% работят в частни предприятия. В община Лъки 41% от приходите се генерират в микрофирми; в община Смолян – 33,14% са в микрофирми; 33% в малки фирми; в общините Златоград и Девин, съответно - 25% в микрофирми и 25% в малки фирми.

Структурата на общия доход на домакинствата показва, че от 30% до 36% от него се формира от работна заплата; домашното стопанство дава 20–25% от общия доход, което означава, че много се разчита на домашното стопанство за осигуряване на поминък и препитание; 27% от общия доход на домакинствата се формира от пенсии, поради застаряване на населението. Структурата на зетите по статус на заетостта показва, че 62% от икономически активното население са наети в частни предприятия, 26% - в държавни. Структурата на безработните показва, че 33% от

безработните мъже и 36,6% от безработните жени са без работа три и повече години; 23,1% от безработните мъже и 19,7% от безработните жени са без работа от 1 до 5 месеца. Тези статистически данни разкриват социалноикономическото положение на живеещите в регион Родопи. Създадените и функциониращи туристически предприятия в региона, обслужващи развитието на селски и аграрен туризъм, са от категорията малки и средни предприятия. За да се установи тяхната роля за стопанското развитие на региона, проучваме и анализираме резултатите от дейността им.

В табл. 2 са отразени статистическите характеристики на достигнатото равнище на производителност на труда при трите категории туристически обекти. При туристическите предприятия от категорията *къща с двор и земеделско стопанство* се констатира най-ниско равнище на производителност на труда. Отношението променливи:постоянни разходи силно варира: от

0,17 до 3,25 през отоплителния период и от 0,05 до 2,17 през неопотителния. Приходите, падащи се на един лев променливи разходи, се движат в границите: през отоплителния период - от 0,89 лв. до 5,16 лв.; през неопотителния – от 3,45 лв. до 9,17 лв. Приносът за една нощувка: през отоплителния период – от 6,15 лв. до 30,24 лв., а през неопотителния – от 10,36 лв. до 32,38 лв. Рентабилността на услугата на база общи разходи силно варира, през отоплителния период – от 7,63% до 45,02%, а през неопотителния - от 14,91% до 18,71%. Според проведената анкета, само 20-30% от дейността на *къща с двор и земеделско стопанство* е предназначена да обслужва селски и аграрен туризъм. Получените приходи са недостатъчни да осигурят целогодишна издръжка на семейство. Изводът е, че извършването на туристическа услуга в *къща с двор и земеделско стопанство* е само форма на диверсификация на основната дейност на дадено семейство и стопанство - производство

Таблица 2  
Table 2

Оценка на туристическите предприятия по производителност на труда  
Valuation of tourist companies, based on labor efficiency

Категории, период/ Category, period	Брой нощувки/ Number of nights	Миним. Стойност/ Minimum value	Максим. Стойност/ Maximum value	Средноаритм. стойн./ Average value	Средно квадр. отклон./Mean square deviation	Коефици. на вариация/ Variation factor	Мода/Mode	Медиана/Median	Размах/Range
Къща с двор/Farm house									
отопл сезон/ heating season	1135	106	798	413	218	0,53	–	361	692
неотопл. сезон/ not heating season	1161	210	607	417	124	0,30	600	415	
Къща за гости/Guest house									
отопл сезон/ heating season	4483	850	2010	1443	347	0,24	–	1457	1160
неотопл. сезон/ not heating season	6613	1000	2480	17987	479	0,27	–	1778	1480
Семеен хотел/Family hotel									
отопл. сезон/ heating season	9981	136	3010	1911	817	0,43	–	1777	2874
неотопл. сезон/ not heating season	11013	900	3000	1817	608	0,33	–	1640	2100

Източник: Собствени изчисления/Own calculations

на селскостопанска продукция. Освен това, при този вид туристически обекти се установява най-голямо вариране в заетостта на легловата база. Тези значими колебания намаляват степента на сигурност на предвижданията за дейността в бъдеще.

При туристическите предприятия от категорията *къща за гости* икономическите показатели имат по-високи стойности, в сравнение с тези при *къща с двор и земеделско стопанство*. Производителността на труда през отоплителния период варира, като при най-високата степен на заетост е с 22,4% по-висока спрямо най-ниската заетост, през неотоплителния период - 2,5 пъти по-висока. Поради постоянно променящия се размер на текущите разходи, през неотоплителния период на 100 лв. постоянни разходи се падат от 0,12 лв. до 2,05 лв. променливи разходи. Приходите на един лев променливи разходи през отоплителния период се движат в границите 1,82 лв. – 8,63 лв., през неотоплителния имат по-високи стойности, но варират. Приносът за една нощувка се движи в границите: 9,83 лв. – 30,14 лв. - през отоплителния

период, и 9,70 лв. - 28,28 лв. - през неотоплителния. Тъй като при този показател променливите разходи са игнорирани, а те главно обуславят варирането в стойностите на показателите дотук, няма съществена разлика между равнището на показателя през двата периода. Рентабилността на услугата през отоплителния период пада на най-ниско равнище – 1,18%, но с нарастване на заетостта варирането ѝ намалява.

Туристическите предприятия от категорията *семеен хотел* достигат равнище на производителност на труда - 3010 лв., което ги нарежда на първо място и показва, че: има потребителско търсене на този вид обекти; в семейните хотели се предлагат качествени услуги и туристически продукт; налице е висока степен на заетост на легловата база; благодарение на ефективен мениджмънт броят на заетия персонал е рационален - според търсенето и сезона. При семейните хотели равнището на постоянните разходи в една нощувка е високо, затова за осигуряване на желаната печалба е необходимо да се достигнат голям брой нощувки. Различните стратегии, които семейните хотели прилагат за

**Таблица 3**  
**Table 3**

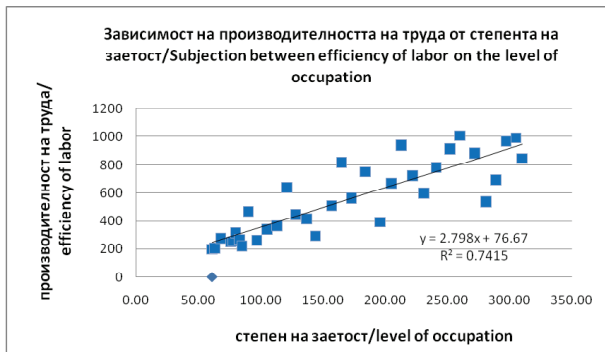
Статистически зависимости между степента на заетост на туристическото предприятие и някои основни икономически показатели, отоплителен период  
Statistical subjections between of tourist enterprise level occupation and main economic indexes, heating period

Статистически показатели Statistical indexes	Средни променливи разходи/ Average variable costs	Производителност на труда/ Efficiency of labor	Печалба от една заета нощувка/ Profit from a night lodging	Приходи от продажби/ Sales revenue
Къща за гости/Guest house				
Коефициент на корелация/Correlation coefficient	0,0878	0,8665	- 0,0403	0,8553
Коефициент на детерминация/Determination coefficient	0,0077	0,7509	0,0016	0,7315
Равнище на значимост на F-критерия/F-test level	0,0001	0,0000	0,8265	0,0002
Регресионен коефициент/b-coefficient	0,0002	2,4262	- 7E-0,5	12,6323
Равнище на значимост на b-коефициент/ Level of b-coefficient significance	0,0001	0,0000	0,0800	0,0000
Семеен хотел/Family hotel				
Коефициент на корелация/ Correlation coefficient	0,5618	0,9451	0,5618	0,9417
Коефициент на детерминация/Correlation coefficient	0,0077	0,7509	0,0016	0,7315
Равнище на значимост на F-критерия/F-test level	0,0001	0,0000	0,8265	0,0002
Регресионен коефициент/b-coefficient	0,0002	2,4262	- 7E-0,5	12,6323
Равнище на значимост на b-коефициент/ Level of b-coefficient significance	0,0001	0,0000	0,0800	0,0000

Източник: Собствени изследвания/Own calculations

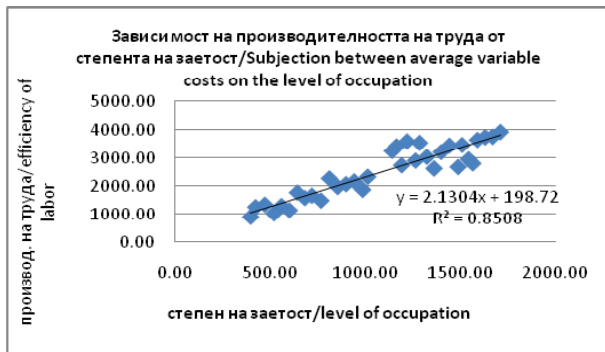
привличане на клиенти, оказват влияние върху структурата на разходите: широкомащабната рекламна кампания, увеличаването на броя на целогодишно заетите в хотела и други мероприятия водят до нарастване размера на постоянните разходи, което е неблагоприятно. Използването на комисионни покачва променливите разходи. Различните промоции и пакети от услуги на по-ниски цени водят до увеличаване на потребителското търсене на туристическата услуга и на тази основа на приходите. Констатира се по-високо равнище на реализираните приходи, падащи се на 100 лв. преки разходи. Рентабилността на извършваната услуга през отоплителния период се движи от 10,39% до 54,43%, а през неоптоплителния – от 20,28% до 74,63%, средноаритметична стойност - съответно – 25,80% и 55,72%, равнище, което не се среща при останалите проучвани туристически предприятия. Въз основа на тези показатели може да се приеме, че семейните хотели са самостоятелни специализирани туристически предприятия.

Фиг. 1  
Fig. 1



Къща с двор и земеделско стопанство, неоптоплителен период/ Farm house, not heating season

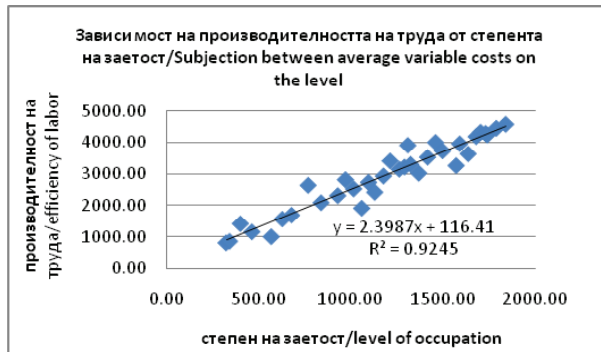
Фиг. 2  
Fig. 2



Къща за гости, неоптоплителен период  
Guest house, not heating season

Установената зависимост между степента на заетост на туристическото предприятие и проследяваните икономически резултати показва, че може да се провери дали има корелационна зависимост между тези признаци. На табл. 3 са отразени резултатите от изчисленията и регресионния анализ през отоплителния период. При туристическите предприятия от категорията *къща с двор и земеделско стопанство* през отоплителния период се наблюдава силна правопрпорционална зависимост (по скалата на Пирсън) между степента на заетост на туристическото предприятие и достигнатото равнище на производителност на труда. Корелационният коефициент е 0,8611, коефициентът на детерминация - 0,7415, което означава, че 74,15% от промените в равнището на производителността на труда са обусловени от изменението (повишаването) на степента на заетост на предприятието. Резултатите се потвърждават и от равнището на значимост, което е по-малко от допустимата грешка – 0,05. Регресионният коефициент, е положителна величина, което означава,

Фиг. 3  
Fig. 3



Семеен хотел, неоптоплителен период  
Family hotel, not heating season

че зависимостта е правопрпорционална и увеличаването на степента на заетост с 1 нощувка води до увеличаване на производителността на труда с 2,798 лв., близо 3 лв. на едно лице от средния списъчен персонал. Равнището на значимост на b-коефициента е 0,003. През неоптоплителния период също се констатира силна правопрпорционална връзка между двата признака (фиг. 1). Силата на връзката между броя на нощувките и средните променливи разходи през отоплителния период е умерена - коефициентът на корелация е 0,4926. Знакът пред коефициента на регресия е положителен - изследваната връзка е правопрпорционална, което не е икономически изгодно. Коефициентът на детерминация показва, че само

31,56% от изменението на средните променливи разходи се обуславя от изменението на броя на нощувките. С други думи, броят на нощувките не е определящият фактор за равнището на средните променливи разходи. Резултатът се потвърждава и от равнището на значимост на F-критерия. Ниското равнище на коефициента на детерминация налага да се провери остатъчната вариация, която отразява влиянието на други фактори, невключени в регресионния модел. През неоплнителния период също се наблюдава умерена корелационна връзка между двата изследвани признака. Констатира се умерена корелационна зависимост и между степента на заетост и печалбата от една нощувка - коефициент на корелация - 0,4727. Основната причина за ниското равнище на печалбата от една нощувка през отоплителния период са високите текущи разходи. През неоплнителния период също се наблюдава умерена корелационна зависимост между степента на заетост и печалбата от една нощувка. Отпадането на разхода за отопление увеличава печалбата от една нощувка с 0,77 лв.

От фиг. 2 и фиг. 3, и изчисленията става ясно, че между степента на заетост и производителността на труда при обектите от категории *къща за гости* и *семеен хотел*, и през двата периода, съществува тясна зависимост: силна еднопосочна връзка между променливите; коефициентите на корелация са съответно – за *къща за гости* - 0,8665 (отоплителен период), 0,9224 (неоплнителен период), *семеен хотел* - 0,9451 (отоплителен период) и 0,9615 (неоплнителен период), т.е. в диапазона на силна зависимост. Коефициентите на детерминация показват, че (при *къща за гости* 75,09% - отоплителен сезон, и 85,09% - неоплнителен сезон, при *семеен хотел* - 89,32% - отоплителен сезон, и 92% - неоплнителен сезон) 45 % от изменението може да се дължи на промяна в степента на заетост. Горепосочените зависимости се потвърждават от равнищата на значимост на F-критерия, които са по-малки от допустимата грешка. Регресионните коефициенти показват, че, при промяна на броя на нощувките с една, производителността на труда се повишава: при *къща за гости* с 2,426 лв. (отоплителен сезон) и 2,136 лв. (неоплнителен сезон); при *семеен хотел* – съответно - с 2,70 лв. и 2,40 лв. Може да се заключи, че производителността на труда е функция на степента на заетост на туристическото предприятие от тези две категории. Същото е валидно и за размера на приходите от продажби (табл. 3). От регресионния анализ на зависимост-

та между степента на заетост на туристическото предприятие и средните променливи разходи се установява следното: при *къща за гости* през отоплителния период е налице слаба, незначителна връзка между двата признака, коефициент на корелация – 0,0878; през неоплнителния период се установява умерена корелационна зависимост, коефициент на корелация – 0,5110. През отоплителния период само 0,77%, а през неоплнителния – 26,11% от изменението на средните променливи разходи се дължи на промяна на броя на заетите нощувки. Увеличаването на броя на нощувките с една довежда до повишаване на средните променливи разходи с 0,02 лв., което е съвсем незначително, но е нежелано. При *семеен хотел* и през двата периода се наблюдава умерена правопрпорционална еднопосочна зависимост, коефициент на корелация 0,5618 (отоплителен) и 0,5398 (неоплнителен). Коефициентите на детерминация показват, че само 29–31% от изменението на средните променливи разходи се обуславя от броя на заетите нощувки. Според регресионните коефициенти (значими), при увеличаване на нощувките с една, и през двата периода, средните променливи разходи се повишават с 0,08 лв.

При проверката на зависимостта между степента на заетост и реализираната печалба от една нощувка при *къща за гости*, през отоплителния период, двата признака варират свободно и независимо един от друг; през неоплнителния - се констатира умерена зависимост – коефициент на корелация – 0,5110. Знакът пред регресионния коефициент показва, че двата признака се променят в една и съща посока. Ефективността на една нощувка, измерена с реализираната печалба, се определя от цял комплекс от фактори и степента на заетост е само един от тях (26,11%). Задача на мениджърите е да анализират, уточнят и овладеят тези фактори.

При туристическите предприятия от категорията *семеен хотел* и през двата периода анализът констатира умерена обратна връзка, коефициент на корелация - 0,5618, коефициент на детерминация - 0,3156. b-коефициентът - 0,0008, разкрива доколко може да нарасне печалбата при увеличаването на нощувките с една.

Въз основа на проучването и анализа могат да се обобщят следните **изводи**:

- Социалноикономическото състояние на проучвания регион е утежнено от демографския срив, застаряването на населението, липсата на поминък, сезонната икономическа емиграция на трудоспособното население, липсата на едри

промишлени предприятия, прекалено много се разчита на домашното стопанство за осигуряване на препитание;

- Обстоятелството, че 11,2% от заетите в региона са предприемачи (4% работодатели и 7,2% самостоятелно заети) показва, че хората в трудоспособна възраст имат силна воля да търсят икономическа реализация;

- Извършването на туристическата услуга в туристическите предприятия от категорията *къща с двор и земеделско стопанство* е само форма на диверсификация на основната дейност на семейството и стопанството – производство на селскостопанска продукция. Туристическите предприятия от категориите *къща за гости* и *семеен хотел* са самостоятелни специализирани туристически предприятия;

- При *семеините хотели* равнището и тенденциите на изменение на приходите от продажбата на туристическата услуга и през двата периода (отоплителен и неотоплителен) са задоволителни.

Проучените корелационни връзки и зависимости дават основание за следните **изводи**:

- Равнището на производителността на труда е пряко зависимо от степента на заетост на туристическия обект. Наложително е активизиране на дейността за привличане на нови клиенти;

- Силното влияние на размера на текущите разходи върху икономическите резултати налага подобряване на управлението им вътре в туристическото предприятие. Мениджърите не могат да влияят върху цените на консумативи и материали на пазара, така че туристическите предприятия са част от бизнес средата, която влияе върху дейността им.

За да се стимулира развитието на селския и аграрен туризъм в регион Родопи, е целесъобразно да се извършат следните **мероприятия**:

- Необходимо е по-голяма координация в дейността на всички предприемачи, предлагащи елементи на селски туристически продукт, т.е. да се осъществява наистина „интегриран“ селски туризъм, както предвижда Програмата за развитие на селските райони;

- Разширяване и обогатяване на съдържанието на селския туризъм и селския туристически продукт, като се включат всички видове туризъм, които могат да се осъществят в дадения селски регион;

- По-пълно и свързано да се развиват туристическите дейности, да се привличат повече инвестиции, да се подпомага частната инициатива;

- Пълноценно да се усвояват средствата по проекти и програми и така постепенно да се заличат различията между отделните региони, да се постигне устойчиво развитие на регионите;

- Държавните и общински органи могат да организират периодично обучение на мениджърите на туристически обекти с цел повишаване на тяхната професионална и чуждоезикова подготовка;

- Развитието и благоустрояването на инфраструктурата в региона, провеждането на мероприятия и кампании за популяризиране на селските туристическите обекти и дейността им съществено ще допринесат за развитието на селския туризъм.

## ЛИТЕРАТУРА

**Статев, В.** (2007). Селски туризъм. Фабер, Велико Търново, с. 42.

**Стамов, Ст., Й. Алексиева.** (2005). Специализирани видове туризъм. Селски туризъм, част втора. Кота, Ст. Загора, с. 302.

**Атанасова, М., К. Кънева.** (2005). Развитие на селски и аграрен туризъм в България. Икономика и управление на селското стопанство, № 5, с. 38.

**Станкова, М.** (2003). Селски туризъм. Алтернативни форми на туризъм. София, с. 97.

**Roberts L. and D. Hall.** (2001). Rural tourism and Development: Principals to Practice, CABI International, p. 24-26.

## Rural tourism in region Rodopi

I. LULCHEVA

*Agricultural University – Plovdiv*

(Summary)

The purpose of this research is to accomplish economics valuation of small and middle size working tourists companies, attend growth of rural and agricultural tourism in Rodopi region, based on the index of the tourist spot concentration, expressed on the number of beds for 100 people gainfully employed.

Researched spots are located in high and middle mountain areas, in villages in municipality: Smolian, Luki, Chepelare, Zlatograd, Devin, Asenovgrad. Researched tourist objects are distinct according to the functions and their size on: 1. Farm house, 2. guest house, 3. family hotel. Because of big differences in the expenses are distinct to heating and not heating period.

Researching results shows that social-economical condition of Rodopi region is aggravated by the demographic collapse, worsen age structure of the population, lack of occupation, seasonal emigration of an active population, needs of big industrial enterprises, too much counting on the farming for the living, tourists utilities in farm house are only diversification from the main duties of the family – making of agricultural production. Tourist enterprises like guest house and family hotel are independent organized; at family hotels, the levels of the incomes changes from tourist service are satisfying during the both seasons; -investigated correlation connections and dependences reach the following conclusions: because the level of labor efficiency depends of level of occupation, it is needed the activity for attracting new customers to be pushed on, strong influence of the current costs level on the final results impose management improvement inside of the tourist enterprise. Managers, however, can not have influence on the prices of parts and materials on the market, so the tourist enterprises are part of the business environment, which react to their activity. Few main actions are suggested for tourist enterprises activities improvement.

**Key words:** rural tourism, tourist enterprise, economic valuation