

СЪЩНОСТ И ПРИЛОЖЕНИЕ НА ДИЗАЙНА В ТУРИЗМА

Материалната среда в туризма е особено важна за постигането на удовлетвореност при потребителите поради няколко причини. На първо място, тя предоставя възможност за потребление на туристическия продукт. Без наличието на материална среда не е възможна реализацията му поради съществуването в голяма степен на нематериални компоненти под формата на услуги във всяка дейност от туристическата индустрия. На второ място, привлекателността на материалната среда в туризма представлява съществен компонент от потреблението на туристическия продукт. Естетизацията на средата възбужда сетивата на туристите и предизвиква емоции. По този начин тя осигурява една от основните функции на туристическата дейност, а именно да създава разнообразие. Промяната в потребителското потребление и натрупаният туристически опит предизвикват значителна трансформация в съзнанието на туриста от ХХІ век и той вече не е удовлетворен от потреблението на стандартен туристически продукт. Днешните туристи търсят колкото се може повече забавления и материалната среда има значителен принос в осигуряването на незабравимо преживяване по време на туристическото потребление. Колкото по-голям е факторът на преживяването, толкова по-голяма е и удовлетвореността при потребителите. За да се превърне в точка на интерес и да привлече туристи обаче, тази среда трябва да бъде изградена с помощта на дизайна. Следвайки неговите принципи, средата, в която се предлага туристическия продукт, може да предложи допълнителна стойност в потреблението и по този начин да осигури непостижимо конкурентно предимство. И така *дизайнът на материалната среда в туризма представлява веществен елемент, който осигурява нормалната реализация на туристическия продукт, като същевременно е и нематериален компонент, който добавя настроение и емоции в туристическото потребление.*

Дизайнът на материалната среда има своето значение и за предприемачите в туризма. Създаването на естетизирана среда е свързано със значителни първоначални инвестиции, което затруднява навлизането на туристическия пазар. Поддържането на привлекателността на средата също изисква средства, необходими за нормалното функциониране на обектите в сферата на туризма. Всичко това предопределя необходимостта от ресурси, което е ограничаващ фактор за субектите в туризма. Проектирането и изграждането на усъвършенствана материална среда, която да удовлетворява потенциалните туристи, привлича в по-висока степен потребителите от целевия сегмент и се свързва с платежоспособното търсене. Туристите не очакват да получат евтин туристически продукт в естетически издържана предметна среда, както и не са склонни да плащат допълнително за обстановка, неотговаряща на техните критерии за красота. Това означава, че *допълнителните разходи, свързани с изграждането и поддръжката на привлекателен външен и вътрешен дизайн в туризма, намират възвръщаемост чрез увеличаване на цената на туристическия продукт и привличане на платежоспособен потребителски сегмент.*

Външно оформление на туристическите обекти

Естетиката на материалната среда в туристическата индустрия е важен елемент от преживяването за туристите. Предприемачите могат да подсилят естетическите аспекти на средата си, за да увеличат в дългосрочен период конкурентното си предимство. Не само в туризма *много предприемачи пренебрегват естетиката на материалните елементи като стратегически инструмент, защото не могат да оценят предимството на увеличаване на продажбите на продуктите, на привлекателността на средата, усъвършенстване на комуникациите и постигане на корпоративна идентичност за компанията или дестинацията*. И теоретичните, и емпиричните анализи показват, че особено в туризма естетическите и дизайнерските въпроси играят решаваща роля в прибавянето на стойност към туристическия продукт.

От стратегическа важност са следните основни моменти, които трябва да бъдат решени:

- Естетиката е от значение за концепцията за жизнения цикъл на продукта и дестинацията и дизайнерските стратегии. Важността на прибавянето на допълнителна стойност към туристическия продукт и ролята на материалната среда се променят. Уникалният дизайн е от стратегическо значение при въвеждащата фаза за привличането на туристи и през зрялата фаза - при усилията, насочени към репозиционирането и изпълнението. Около 1 % от всички хотелски легла в света днес се предлагат от новосформираната маркетингова корпорация "Дизайнерски хотели". Седем години по-рано тази формация има дял от около 0,2 %.

- Естеството на туристическия продукт го определя като комплекс или пакет от услуги. Затова мениджърите в туризма следят за качеството на потенциалните партньори относно равнището на дизайн и естетика. Тъй като естетиката се характеризира със субективно възприятие на материалната среда, може да се окаже трудно да се постигне съгласие особено на ниво дестинация относно бъдещите естетически и архитектурни стратегии. Намирането на идеалната материална среда за туристическия продукт означава да се постигне такова естетическо възприятие, което превъзхожда алтернативите, предизвиква положителни емоции и намира отзвук сред туристите.

- Необходимо е да се осигури постоянно развитие на туристическите обекти, което да осъществява константна съгласуваност между естествената (реалната) и създадената от човека (изкуствената) материална среда заедно със социално-културната среда на туристите. Всеки път, когато социално-културната среда се промени, например при ново развитие на потребителското поведение, е необходимо да се променя и изкуствено създадената материална среда. Именно с това се измерват различията между традиционното и модерното. Смесването им може да бъде

постигнато чрез използването на традиционни форми или структури с нови материали и дизайн (например използване на стила паладжио в съвременен хотел); чрез съчетаването на местни ресурси (специфични видове камък, дърво и др.) при съвременните форми на строителство или чрез трансформирането на стари сгради с нови материали и технологии (осветление, цветове и др.).

Спазването на посочените обстоятелства ще доведе до създаване на съвършено дизайнерско решение в туристическите предприятия, което ще въздейства естетически на потребителя и ще допринесе за постигането на удовлетвореност от потребителския избор. За да определим това въздействие, е необходимо да разделим материалната среда в туризма на елементи, които биха могли да бъдат: екстериор и интериор, т.е. оформление на външното и на вътрешното пространство в туристическите предприятия. Разнообразието на туристическите обекти обаче усложнява това разделение. Ако разглеждаме материалната среда на туристическата дестинация например, как бихме могли да разграничим екстериора от интериора? Кое е външното и кое е вътрешното? Обектите от ресторантьорството от своя страна в повечето случаи са части от други сгради. Как ще ограничим тяхното външно оформление, което е екстериор и за хотела или друга обществена сграда? При туристическите агенции съществува същият проблем. Въпреки това възприемаме направената класификация и като елементи на дизайна на материалната среда в туризма ще разглеждаме екстериора и интериора на туристическите обекти.

Външната материална среда в туризма, наречена още екстериор [\[1\]](#), разкрива естеството на бизнеса и привлича клиенти. Дизайнът на екстериора на фирмата е свързан с дизайна на фирмените сгради и дизайна на заобикалящата фирмените сгради среда. В понятието екстериорен дизайн

в туризма включваме

архитектурно-строителното решение на сградата на съответния туристически обект и всичките му прилежащи дизайнерски решения, като фасада, фирмен надпис, осветление, вход и околно пространство

Околното пространство

от своя страна обхваща цялото облагородено около обекта пространство, а именно градинки, пейки, алеи, проходи, пътеки, водни площи, декоративно озеленяване и паркинг.

Екстериорната среда в туризма има за цел да направи достъпен вида на обекта за преминаващите потенциални туристи, да дава информация за оформлението на интериора и качеството на предлаганите услуги, да се намира в хармония с околността (вж. фиг. 2.1). Видът и решението ѝ в значителна степен се определят от

местоположението на обекта. Следователно първото решение, което предприемачът в туризма взима, е относно местоположението на обекта, който иска да изгради. Едва след това съобразно него започва същинската част по проектирането и изграждането на самия туристически обект.

В практиката съществува виждане, че за успеха или неуспеха на един обект от туристическата индустрия има три важни фактора. Първо - местоположение, второ - местоположение, и трето - местоположение. Решението му е най-важният момент в историята на всеки обект и грешката на този етап обикновено се заплаща скъпо. *Изборът на местоположение на туристическия обект зависи преди всичко от пазарния потенциал, достъпността на мястото, евентуалните възможности за разширяване на обекта, изпълнимостта на проекта и атрактивността* (вж. фиг. 2.2). При вземането на решение за местоположението се има предвид целевият сегмент, към който се е насочил обектът, защото конкретната местност или регион привличат определен тип туристи. Не по-маловажна е и достъпността на мястото и изградената инфраструктура. Съблюдават се и установените транспортни комуникации и възможностите за снабдяване на обекта.

При разрастване на бизнеса местоположението предлага възможности за увеличаване на капацитета на туристическия обект. Би било нерентабилно, ако не се използва такава позиция. То позволява изпълнението на проекта, т.е. необходимо е теренът да е благоприятен за изграждането на избраната конструкция на обекта и развитието на сградата във височина. От изключително значение е и атрактивността му. Освен това изборът на местоположение води до редица решения относно тематичната насоченост на обекта, ценовото равнище, начина на обслужване, качеството и асортиментната структура на предлаганите продукти и услуги (вж. фиг. 2.2.).

туристическите обекти

При определяне на мястото, на което ще се изгради бъдещият туристически обект, трябва да се има предвид, че първото решение, което вземат туристите при избора му, е по отношение на местоположението. *Експертите в сферата на туризма твърдят обаче, че следващият фактор, който оказва влияние върху вземането на решение, ще бъде дизайнът на обекта и преживяването, което създава за туристите*. Това изисква от субектите в туризма да осигурят силно персонализирано обслужване, ако искат да привличат целевите си потребители. Дадено местоположение интригува по определен начин туристите в посока на привличането им, но ако не е налице привлекателен дизайн, дали туристическият обект би станал цел на посещение?

Материалната среда интригува по определен начин потенциалните туристи и така може да доведе до увеличаване на посещенията независимо от местоположението на обекта. Още повече, че имиджовото потребление кара определен кръг от туристи да посещават най-новите и най-модерните съоръжения по света. Така че дизайнът на даден хотел например може да увеличи търсенето на почивки или екскурзии до дадена дестинация, т.е. добрият дизайн може да създаде местоположение.

От друга страна, основните критерии, определящи успеха на туристическия обект, са *до стъпност, съоръжения за забавление и за организация на свободното време на туристите и едва тогава идва значението на привлекателната обстановка*

. Необходимо е също изградена инфраструктура, която да поддържа добрия бизнес. Когато всички тези фактори са налице, естетиката на материалната среда може да осигури допълнителна стойност на предлагания туристически продукт и още по-голяма оперативност на бизнеса. Дизайнът също така може да бъде променен по всяко време, но промяната на местоположението е трудно осъществима задача.

Понякога даден туристически обект започва своята дейност в определен бизнес район или в близост до някоя културно-историческа забележителност, което от своя страна гарантира добра посещаемост. В тези случаи може да се появи допълнително затруднение поради факта, че фокусът на търговските или културните дейности се премества в друга част на града и местоположението загубва част от своята привлекателност. Тогава добрият дизайн и естетическата обстановка продължават да интригуват туристите чрез създаването на визуално интересна и иновативна материална среда и се превръщат в генератор на потребителско търсене. Следователно естетиката на материалната среда и местоположението са тясно свързани и ще продължават да оказват значително влияние върху избора на конкретен туристически продукт в бъдеще.

Външната материална среда поставя въпроса и за възможностите на изгледа, който осигурява новоизграденият обект. *Относителната важност на панорамата зависи изключително много от вида на обекта, сезонността при използването му и степента, до която интересът и привлекателността са осигурени в интериора*

. Казано обобщено, когато изгледът е изключителен, това изложение ще бъде подчертано в позицията, формата и естетиката на обекта и в оформлението на обзавеждането в интериора.

Изгледът бива естествен или изкуствено създаден. В определени местности прозорците гледат към морето или околните планини, долини и селски местности. В

градска среда възможностите за т.нар. естествен изглед са ограничени, но биха могли да включват такива обекти, като паркове, реки или градини. Изгледът на градския хоризонт - особено от височина - често е много разнообразен и пълен с очарование през деня или нощта. Дори градската среда, транспортният трафик и самолетите осигуряват приятна панорама, когато се наблюдават от удобна позиция. При невъзможност за осигуряване на естетически изглед по естествен начин ефектът се постига чрез средствата на планираната фотография или кинематографичното изкуство. Освен това с помощта на дизайна в обекта може да бъде създадена точка на интерес и цялостното решение на интериора да бъде фокусирано около тази характеристика и да се измести от центъра на вниманието екстериорното оформление и изгледът от обекта.

Важен елемент в оформлението на екстериора при туристическите обекти е решението на фасадата на сградата. *Тя обикновено е важна характеристика в туристическия бизнес, която работи целенасочено за постигане на ефективност от стопанската дейност.* Естетиката на фасадата е един от най-важните моменти от продажбата на туристическия продукт. За тази цел тя създава усещания, предизвиква интерес, дава представа за интериора и указания за качеството на предлагане и категорията на обекта (вж. фиг. 2.3). Въпреки че тези потребности могат да бъдат разглеждани самостоятелно, те са в значителна степен взаимнообвързани, защото част от привлекателността на туристическия обект се състои в това, какво ни очаква вътре.

Оформлението на фасадата в голяма степен се определя от категорията на туристическия обект. За обектите от висока категория например тя изразява изключителност, елегантност и добър вкус. Използват се витрини, които разкриват голяма част от вътрешното решение на обекта. Заведенията за бързо обслужване например акцентират върху изграждането на по-обширна входна зона, която показва значителна част от обслужващия бар и асортиментната гама. Туристическите обекти, акцентиращи върху определена националност, наблюдават при оформлението на фасадата си върху използването на характерни за съответната страна декорации и графични изображения. За веригите от туристическите обекти е характерно, че разчитат на разпознаването на търговската марка. Поради този факт, използвайки отличителния си стил, обектите се изграждат по идентичен начин навсякъде по света. Независимо от концепцията *фасадата е първият елемент от екстериорното решение на туристическите обекти, който съдейства за непосредственото различаване на обекта от конкуренцията и за създаване на незабравим образ в съзнанието на туристите*

Елемент от фасадното оформление на туристическите обекти е наличието на фирмен надпис, който отличава обекта сред останалите сгради. Значението му е двойко при различните обекти от туристическата индустрия. За заведенията за хранене е

изключително важен елемент от дизайна на екстериора, чиито заслуги често се подлагат на съмнение и дискусия. Поради разположението на тези обекти в други сгради фирменият надпис обикновено е най-разпознаваемият елемент от фасадното оформление, този, който привлича вниманието и остава в съзнанието на клиента като символ на заведението. На по-късен етап, когато възникне необходимост от ресторантьорски услуги, фирменият знак напомня за съществуването и разположението на заведението и по този начин то се превръща в обект на посещение. При средствата за подслон фирменият надпис има по-скоро декоративни и информационни функции, тъй като изборът на хотел например се основава на други критерии. В тези случаи знакът придава завършеност на сградата и чрез естетическото си оформление съдейства за цялостното добро впечатление за хотела. В даден туристически комплекс по изключение привлекателността на надписа може да стане причина за избор на хотела при следващо посещение в същата дестинация. В туристическите дестинации знакът съобщава за влизане в съответния комплекс и също въздейства чрез естетическото си оформление.

Фирменият надпис включва наименованието на обекта, търговския знак на фирмата и декоративни елементи. Подходящото оформление на фирмения надпис посочва вида на обекта, ценовото равнище, асортимента на предлаганите услуги и основните потребители, които посещават обекта. Особени изисквания се поставят към недвусмислеността и точността на фирмения надпис, който трябва ясно да сочи, че това е хотел, мотел, заведение за хранене или друг туристически обект. Посредством имплицитното включване на информация за ценовото равнище се елиминират неудобството и смущението при потребителите на ресторантьорския продукт например, когато, посетили вече заведението, установят, че цените не отговарят на потребителските им навици. Не е задължително надписът да определя точно ценовото равнище, но с помощта на стила, размера, цвета и формата си приблизително да индикира за него. Освен това надписът дава информация за основните потребители, които посещават обекта. По този начин се отстранява неудовлетвореността при туристите, които не обичат деца, а се окаже, че са посетили семеен хотел или ресторант, и обратно.

Дизайнът, формата и цветът на надписа съответстват на екстериорното и интериорното решение на туристическия обект. Един добър фирмен надпис привлича вниманието и стимулира хората към избор на съответния обект и към посещение. Същевременно той създава уникалност и е атестат за качество и стил. Фирмените надписи могат да бъдат разположени на покрива, над входа или вертикално на един от ъглите на туристическия обект. Днес графичните дизайнери създават ефективни фирмени надписи - със символи, цвят, форма и светлина - които пренасят силни, ясни, зрителни съобщения. Стилът на шрифта съответства или дори повтаря стила на обекта, като по този начин туристите получават представа за интериорната среда. Независимо от вида на туристическия обект лесният за четене шрифт е важна част от успешното оформление.

Понякога той се превръща в интегриращ компонент на екстериорния и интериорния дизайн, в други случаи е отделен елемент.

Дали поставен на висок стълб над магистралата, или интегриран във фасадата, добре формулираният и проектиран фирмен знак се превръща в разпознаваема идеограма, която символизира обекта. Използван като лого из цялото пространство, той често създава дълготрайно впечатление, което остава в съзнанието на туристите. Идеологизираният фирмен надпис успешно се използва в рекламните програми, които играят съществена роля за създаването на първото впечатление, а впоследствие оказват и пряко въздействие върху избора на конкретен туристически обект.

Съществен елемент от фасадното оформление на туристическите обекти представляват прозорците и витрините. Формата и разположението им е от значение за внушението на екстериорното оформление, особено когато заемат голяма част от фасадата и представляват цяла стена. Голямата повърхност на стъклената витрина обикновено привлича в по-малка степен вниманието на потенциалните туристи, отколкото малките, декоративни прозорци, а драпираните завеси загатват за незабравимо преживяване. Видовете прозорци и тяхното приложение в туристическата индустрия могат да бъдат проследени с помощта на табл. 2.1.

Таблица 2.1 Видове прозорци

Вид

Приложение

Прозорци на панти

Долно закачване

Горно закачване

Странично закачване

Отварят се от вътрешната страна; използват се в кухните и обектите с естествена вентилация.

Подобни на предишните, като намират и допълнително приложение в санитарните възли.

Могат да се използват за допълнителна вентилация, където не съществува опасност за сигурност.

Плъзгащи се прозорци

Вертикални

Хоризонтални

Използват се в обектите, обзаведени в национален стил. Позволяват голяма гъвкавост в размерите.

Използват се за ограждане на градини, като през по-топлите сезони се отстраняват.

Въртящи се прозорци

Вертикални

Въртящо окачени

Хоризонтални

Отварят се чрез дърпане и пространство на въртене навътре

Оста на въртене е в центъра, което позволява разнообразие в отварянето. Използват се в къщи с градини.

Подобна на горните употреба с по-добра защита срещу вятър и дъжд.

Всички въртящи прозорци могат да бъдат направени с ос на въртене от 180° за почистване от

Решението на прозорците зависи от творческия подход на дизайнера, като се срещат такива от дърво (меко, твърдо, тиково, оцветено или в естествения си цвят), стомана (фабрично поцинкована и боядисана), алуминий (фабрично произведен, боядисан и полиран), PVC и други пластмаси и смесени форми от посочените преди това. Прозорците обикновено се произвеждат в стандартни форми и размери, което предлага икономия в разходите, простота в спецификацията и ред и удобство в строителството. Такива прозорци се използват в кухните, складовете, стаите за гости и за персонала и когато е възможно - в търговските зали и фойетата. Когато търсим изключителност в екстериора обаче, и за по-големите витрини или декоративни прозорци е необходимо специално оформление и те се произвеждат по поръчка и/или се монтират на място.

Използването на витрини в екстериорния дизайн на туристическите обекти визуализира голяма част от интериора им и има изключително значение за маркетингането на бизнеса. То оказва влияние и върху оформлението на вътрешния дизайн. Освен това ефектът от витрините се съобразява с редица практически изисквания, като: влияние на естественото осветление, проникване на слънчевата топлина и блясък, задържане на топлината в търговските помещения, влизане на неприятни шумове и миризми, чистота и поддръжка, сигурност. В зависимост от местоположението на прозореца и неговия вид съществуват различни изисквания към остъкляването в туризма, които са посочени в табл. 2.2.

Таблица 2.2 Изисквания към остъкляването в туристическите обекти

Местоположение

Характерни изисквания

Витрини и други големи прозорци в обектите

Стъклото за витрини обикновено е 6,4 мм дебело, но може да се увеличи до 9,5 мм при по-голям размер.

Врати

Армирано или закалено стъкло с дебелина до 12,7 мм, с дупки и прорези за монтаж.

Стени

Стената е изградена от стъклени тухли или кухи стъклени блокове. Използват се и за оформяне на ниши.

Малката цветна стъклена мозайка също може да бъде използвана в екстериора на обектите.

Покриви от стъкло

Обикновено се оформят куполообразно. Използва се 9,5 мм дебелите неравни отливки или 6,4 мм дебели стъклени плочи.

Декоративна употреба

Използва се при облицовка на стени, прегради, ламперия и декорирани прозорци. Стъклото може да бъде боядисано или среброплено.

Фокусната точка в цялостното екстериорно оформление на туристическите обекти е входът. Позицията и решението му изискват внимателно обмисляне. Той представлява своеобразен център на внимание и факторите, с които се съобразяваме при неговото проектиране, са:

- позицията му спрямо останалите елементи от екстериора;
- потока на движението;
- разположението му и пропорциите по отношение на фасадата;
- вида, големината, остъкляването и прилежащите му зони;
- достъпността му за други цели.

В практиката входовете обикновено са снабдени с навес или козирка, които да предпазват потенциалните посетители при неблагоприятни атмосферни условия. За някои видове обекти пред тях се поставя и меню, рекламна витрина или специална реклама на някоя услуга, която обектът се опитва да популяризира. При туристическите агенции непосредствено до входа се разполага табло с горещи оферти или със специални екскурзии, предлагани от агенцията. Входът също така е и примамливо осветен, така че да привлича вниманието и да е функционален. Той трябва да се вижда добре и да се разпознава безпогрешно дори от случаен минувач. Представлява своеобразен връх на екстериора и преходът към вътрешността, отвежда потенциалните туристи вътре и способства за общата атмосфера.

Решението на входа се съгласува както с вида на обекта, така и с неговото местоположение. Определени климатични условия могат да позволяват оформление без физически врати. В повечето местоположения обаче вратите са необходими. Стъклената врата позволява на потенциалните туристи визуализация на интериора, а солидната дървена врата създава чувство на очакване.

Като цяло входът към туристическите обекти е не само естетически издържан, но и необременяващ. Освен внушаване на чувството за темата на обекта, той трябва да е лесен за употреба. Тежката дъбова врата с чугунена пръстеновидна дръжка предизвиква трудности при отварянето. Стъклените врати или врати с прозорци в тях

подканват туристите да разгледат интериора, а в някои случаи позволяват на вече посетилите обекта потребители да наблюдават какво става навън. При студен климат удвояването на декорацията на вратата минимизира порива на студения въздух, който прониква при единична врата. Такова решение освен естетическа ценност води до ефективно спестяване на енергия.

В много случаи обектът може да е разположен на различно ниво от това на входа, като за целта е необходимо да се изградят стълбища или асансьор. Подобно оформление прави обекта не толкова привлекателен, защото е необходимо допълнително усилие за достигне на фойето или търговската зала и предизвика у потребителите неудобството поради неизвестността от това, какво ги очаква във вътрешността. Изключения представляват случаите, когато има съответни компенсации за такова местоположение, като например прекрасен изглед към околността. Когато се налага изграждането на стълбища поради различие в нивата на повърхностите, е особено важно входната зона и стълбището да бъдат решени по изключително привлекателен начин, което да е един вид възнаграждение за ограничението на потребителя.

Атрактивността и внушението на екстериорното решение в туризма се повишават посредством възможностите на външното осветление. Неговото основно предназначение е да направи обекта по-забелязващ се през нощта, да подканва потенциалните туристи към посещение, да предостави сигурен и безпрепятствен достъп до обекта и в този смисъл също е инструмент на дизайна (вж. фиг. 2.4.). Туристическите обекти обикновено обслужват напълно различни пазарни сегменти в различните части на денонощието или годината. Тази промяна в търсенето може да се подчертае чрез внимателната употреба на осветлението, което създава желаната илюзия.

Осветлението се използва по много начини, които не само осветяват, но и подчертават обекта ефективно. Примери на схеми на осветление могат да бъдат:

- осветяване на прозорците, за да се открие елегантността на драпираните завеси;
- скрити светлини, които показват характеристиките на сградата в релефност;
- прожекторно осветление, което насочва вниманието към фасадата и забележителната поява на сградата;
- директно осветление за показване на табели и информация;
- осветяване на местата в паркинга и входната зона.

Осветлението и контрастът се използват и в оформлението на околното пространство. В градска или провинциална среда дърветата, храстите и тревните площи създават разнообразие в очертанията, структурата и впечатленията, които повишават привлекателността и внушителността на сградата, като допълнително дават идея за вида на интериора. Оцветяването също е елемент от околното пространство. То може да бъде осигурено от цветни лехи, огради от чешмири и пълзящи растения. Ефекти на контраст и разнообразие се постигат чрез декоративното павиране, орнаменталното и естествено изграждане на стени, басейни, фонтани и други привличащи интереса елементи. Често освен декоративно те имат и функционално предназначение - създават прохлада и освежават въздуха. Изграждането на огради от растителност се използва, за да се очертаят границите на обекта. Разнообразните форми на павирането имат за цел да възпрепятстват автомобилите и хората да пресичат тревните площи.

Потенциалните потребители, осведомени за съществуването на определен туристически обект, не запомнят само самата сграда, а и естествената околна среда. Околното пространство играе съществена роля във формирането на първото впечатление у туристите. Също като фасадата и фирмения надпис то наемква за типа на преживяването, което потребителите могат да очакват във вътрешността. Формалното околно пространство подготвя туриста за същинското преживяване по време на посещение. Неформалното, като например неподредените градини или свободно растящите храсти и дървета, внушава на туриста асоциации за по-скоро незначително преживяване.

Образът, който туристическият обект цели да постигне, в голяма степен се предопределя от средата, в която е разположен. Благоустройството на целия участък съществено влияе върху условията за отдих и развлечение и върху архитектурната изразителност на сградата. Оформлението на околното пространство е подчинено на основната идея на обекта. То зависи от категорията му, сезонността при неговото използване и основното впечатление, което интериорът има за цел да постигне. В значителна степен допринася за постигането на естетическа завършеност на обекта. Площадките и пътеките са един от важните елементи на благоустройство на околното пространство при туристическите обекти, особено когато се използват като допълнителна търговска площ през топлите сезони. Те заемат около 10 - 15 % от общата площ на участъка, като тяхното направление и мрежа се определят от общия план, условията на релефа и транспорта. Използват се предимно бетонни и железобетонни покрития, които са с високи експлоатационни и естетически характеристики, като по-малките алеи се покриват със смес от чакъл и пясък.

Декорацията и озеленяването допълнително повишават атрактивността на околното пространство. Така например достъпът до обекта може да се направи с редуващи се

раздвижени пътечки, декорирани с тревисти отрязъци. Основният ефект се постига чрез фигуралната форма, в която са изградени пътечките, като предпочитаните форми са овални или многоъгълни линии. Внушението се подсилва чрез облицоване на ходовите линии с каменна настилка. По този начин се получава раздвиженост на околното пространство, което изглежда нестандартно и оригинално. Тревните отрязъци със същата като обособените каменни пътечки форма допълват атрактивната визия на екстериора.

В оформлението на околното пространство на туристическия обект може да бъде създаден своеобразен център, около който да гравитира цялата идея на екстериора. Такъв център може да бъде малък водопад, фонтан или друга водна площ. За целта се използват различни по размер и цвят камъни, разположени стъпаловидно, на различно разстояние един от друг, по които тече вода. Екстравагантният ефект се засилва с помощта на множество зеленина и растения.

Съществена част от оформлението на околното пространство е предвиждането на място за паркиране. Най-доброто решение на този проблем е изграждането на паркинг, но за разположения в центъра на града туристически обект това невинаги е възможно. Наличието на добре устроен и охраняван паркинг е показател за това, че обектът е отдавна установен и се грижи за комфорта и спокойствието на своите туристи. Съществуването на място за паркиране също така повишава категорията на обекта.

В практиката са налице спорове относно разположението на паркинга - пред, зад или на една от страните на обекта. Безспорно е обаче, че той трябва добре да се вписва в цялостното пространствено решение на околността, да не закрива архитектурната ценност на сградата, да осигурява безопасност за колите на туристите и безпроблемно паркиране и маневреност. Неизменна част от неговото решение е наличието на добра осветеност и съответстваща на капацитета на обекта площ.

Дизайнерските решения на екстериорното пространство са неотменна част от цялостното архитектурно-пространствено решение на туристическите обекти. Екстериорният дизайн в значителна степен влияе върху вземането на решение за посещение. Затова неговото изграждане изисква внимателно проучване на потребителските предпочитания и съобразено с тях проектиране и оформление на облика на обекта. Екстериорното решение е в състояние да отблъсне или привлече потенциалните потребители, да предопредели цялостното настроение по време на престоя. То дава представа за вътрешното решение на обекта, начина на обслужване, ценовото равнище, асортиментната структура и профила на основния клиентопоток.

Предизвиква приятни чувства, впечатлява, внушава изключителност, елегантност и добър вкус. В днешния наситен с туристически обекти пазар с помощта на използването на дизайнерски решения при изграждането на екстериорното пространство може да се постигне уникалност в предлагането. По този начин се изгражда собствена фирмена идентичност, а това от своя страна е гаранция за осигуряването на дългосрочен пазарен успех.

Вътрешно оформление на туристическите обекти

Следващият елемент на материалната среда в туризма, който оказва пряко въздействие върху потребителския избор и има значение за постигането на удовлетвореност при потребителите, е оформлението на вътрешното пространство, или т.нар. интериор [2]. Това е онази *част от цялостното решение на туристическите обекти, с която туристите имат непосредствен контакт и наблюдават по време на целия си престой*. Той има за цел да осигури комфортна предметна среда и подходяща атмосфера за потребление на туристическия продукт и по този начин се превръща в най-важната част от обекта. "Дизайнът на интериора на фирмата е свързан с вътрешнопространственото решение на производствената и непроизводствената среда." В настоящата глава от учебника не са разгледани изискванията при оформлението на материално-производствената среда в туризма, освен в случаите на изграждането ѝ в търговските помещения за визуализиране на приготвянето на ястията например. Предмет на изследване е именно непроизводствената среда, в която туристите осъществяват престоя и потреблението на туристическия продукт, наслаждават се на цялостното преживяване. Освен това поради естеството на туристическия продукт можем да приемем, че материалната среда, в която се извършва потреблението му, е и производствена. Това е така, тъй като производството и потреблението на туристическия продукт съвпадат по време и по място. Въпреки това в настоящото изложение няма да разглеждаме материалната среда на помещенията, до които туристите нямат достъп.

Всяко решение на материалната среда в туризма и във всяко друго производство или потребление представлява единство от функционалност, естетика и символика (вж. фиг. 2.5). *Функционалността* отразява пригодността на решението или способността му за действия или въздействия, насочени към постигане на неговата цел, а именно да продава продукта на туристическото предприятие. В този смисъл функционалността отразява предназначението на туристическия обект и способността му да изпълнява основната функция и характеризира основната потребителска ползност на решението на материалната среда. Тя намира израз в характеристики като: надеждност, техническо съвършенство, възможност за използване и поддръжка, ергономичност и екологичност.

Естетиката от своя страна е свързана с привлекателния външен вид. Клиентът класифицира интериорното решение във всеки един момент като "красиво - грозно". Естетичността отразява допълнителната полезност на решението, намираща израз в наличието на естетическа ценност. Изразява се в добър и привлекателен външен вид на материалната среда, атрактивни цветови решения и осветителни схеми, хармонично формоизграждане и атрактивно композиционно решение, създаващи в потребителя чувство за прекрасното.

Символиката на дизайна е в пряка връзка с фирмената идентификация и произтичащите от това асоциации за качество, надеждност и други потребителски параметри за туристическия обект. В този смисъл тя отразява социално-икономическата ценност и увеличава допълнителната полезност на решението на материалната среда в туризма. Тя кореспондира с удовлетворяването на потребностите от социален статус, социална принадлежност и личностен имидж в обществото.

Същевременно материалната среда не би притежавала ценност, ако не е оценена от туристите. Очакванията им се формират в резултат от външния вид на обекта, препоръки от други туристи или предишен опит. При всички тези случаи потребителят си създава представа за вида и качеството на туристическия продукт, обслужването и обкръжаващата среда, която следва да бъде предвидена. Ако някой от тези елементи не отговори на неговите очаквания, разочарованието може да бъде причина за раздразнение и недоволство. До известна степен този проблем се компенсира чрез осигуряване на богат избор в предлагането, качество на предлаганите продукти и услуги, невисоки цени и разнообразие във видовете стаи, легла, места, маси и др.

Практиката показва, че успехът на интериорното решение на даден туристически обект зависи от това, дали създава подходяща атмосфера съобразно предназначението и вида си. *Създаването на ефективна и привлекателна атмосфера в туристическите обекти изисква внимателно обмисляне на всички етапи на проектирането и изграждането им.* Този процес постига по-добри резултати, когато е планиран с помощта на дизайна, като обект на внимание е не само интериорът на сградата, но и обслужването и предлаганите услуги, които също са необходими за безпрепятственото функциониране на обекта. За тази цел с помощта на дизайна:

- се планира разпределението на сградата, т.е. отношенията между фойето, рецепцията, хотелската и ресторантската част при хотелските комплекси или между търговската зала, бар-плота, кухнята и спомагателните помещения в заведенията за

хранене;

- се дават насоки за позициите на вратите, прозорците и витрините, така че те да бъдат насочени към външни изгледи и да очертават потоците на движение на туристите и персонала;
- се определя конструкцията на интериора, в т.ч. и вида на тапицериите и гланца на повърхностите;
- се очертава схемата на декорация и на останалите специфични приложения на дизайна;
- се дават предписания за избора на килими и други покрития на пода и стените.

Освен това проектът на материалната среда се грижи за решението на мебелировката и средствата за работа в търговските площи; определя местоположението и оформлението на хотелските стаи, рецепцията, фойетата и другите помещения в хотела; зоните за сервиране, обслужващите бар-плотове, касиерските пунктове и други функционални части в ресторанта; включва изисквания към електрическите и газовите инсталации, позицията на електрическите и др. под. изводи; избира системата за осветление, методите на отопление, вентилация и климатизация; контролира шума чрез изолация и акустично оборудване; създава условия за защита и сигурност - включително противопожарни системи; предписва съоръжения за поддържане на хигиена. Дизайнът играе съществена роля и в оформлението на фирмените знаци, мотиви, менюто и другите елементи от обслужването или масата в ресторантите или каталога при туристическите агенции; внася стайлинг в униформеното облекло на персонала и определя оформлението на ястията в ресторантьорството. Следователно *п* *рисъствието на дизайна във всяка част от туристическите обекти е гаранция за постигане на подходяща атмосфера и стил, което от своя страна гарантира привличането на по-голям пазарен сегмент*

Основната тема в оформлението на материалната среда на туристическите обекти може да бъде създаване или пресъздаване на определен стил. Това се осъществява по няколко начина:

- настроение - реализъм или ескейпизъм (бягство от реалността);
- период - футуристичен, съвременен, репродуктивен;
- мода - традиционен, модерен, ултрамодерен;
- националност - китайски, индийски, италиански, швейцарски и т.н.; и
- изпълнение - пищно, разточително, омекотено, достойно.

Във всички случаи търсеният ефект или илюзия се постигат чрез внасянето на детайли

в материалната среда, които обикновено се асоциират с представения стил и по такъв начин са лесно разпознаваеми. За естетическото оформление на туристическите обекти са необходими внимателно проучване и интерпретация на оригиналните детайли, тъй като крайният резултат трябва да бъде практическо изпълнение, а не обект, който да изглежда като експонат и е проектиран за изложба.

Съществува обаче необходимост от грижа към детайла, ако създадената илюзия трябва бъде задоволително внушителна. Например при възпроизвеждането на исторически обстановки е важно да се поддържа разумната степен на точност при комбинирането на точния за периода стил на обзавеждането, декорацията и останалите елементи. Където е възможно, естествените материали трябва да бъдат използвани по-често от очевидните заместители и цялостният ефект е най-добре да бъде проектиран около един или повече автентични детайли, които могат да противостоят на критичното разглеждане и възприемане като фокусни точки на интерес. Автентичността обикновено е по-трудна за постигане, когато е в директен сблъсък с практическите изисквания - като облеклото на персонала например - но характерът на обкръжаващата обстановка в този случай може да бъде изобретателно представена посредством символичния, отколкото от фактическия стайлинг.

В практиката обикновено съществува разпределение на работата между архитекта, интериорния и екстериорния дизайнер, консултанта по обслужването, дизайнера на кухнята и модния дизайнер. Резултатът от тяхната работа обаче осигурява завършеност в детайлите и цялостност на дизайнерското решение на материалната среда. Необходимо е операционните изисквания да бъдат интегрирани в решението, а не привнесени на по-късен етап, а функционалните и декоративните характеристики изпълняват допълваща роля. Значението на точността на детайла се разкрива, когато са налице очевидни грешки, като например употреба на съвременни прибори в готически ресторант. Също толкова важно е и чувството за хармония и връзка между екстериора и интериора на сградата, в която се осъществява туристическото потребление, оформлението на менюто или каталога, работното облекло на персонала, мебелите, средствата за работа, дори и начина на сервиране на ястията.

Липсата на последователност и ред също може да предизвика неудовлетвореност. Чувството за безредие може да е резултат от несиметричност в структурата, изкривеност на хоризонталните линии, несъвместимост в качеството на използваните материали и недостатъчен синхрон при разположението на отделните елементи от обзавеждането на туристическите обекти. То се поражда и при недобра подредба на мебелировката, което води до претовареност и безредие или затруднения в обслужването. По-сериозен ефект от безредието е небрежността, която има за резултат понижаване стандарта на хигиена и сигурност.

Интериорната среда впечатлява в по-голяма степен туриста от екстериорната, защото го обгражда физически и по този начин предизвиква по-голямо въздействие поради по-близкото наблюдение, свързано с ограниченото движение. За постигане на визуален комфорт се използват принципите на композицията, а именно симетрия и асиметрия, пропорционалност, ергономичност и единство. Симетрията се прилага за уравновесени композиции и служи за изразяване на динамичност. Комплексното използване на закономерностите на симетрията придава на обекта или на отделна композиционно обособена част от интериора динамичен характер. Този ефект обикновено се създава за сметка на диагонални линии или чрез прилагане на закръглени форми.

Докато симетричната форма се възприема лесно, достоинства на хармоничната асиметрична форма се откриват бавно и продължително. Асиметричната композиция е отворена. Тя е по-податлива на промени, тъй като основното изискване при нея - композиционното равновесие, може да бъде постигнато по много начини. Оттук може да се направи изводът, че в туристическите обекти е по-целесъобразно да се използват принципите на асиметрията, които позволяват по-голяма свобода и промени в материалната среда с цел създаване на по-голямо разнообразие и елиминиране на монотонността.

Пропорционалността от своя страна представлява съразмерност, определяне съотношението на детайлите помежду си и в целия интериор или композиция. Спазването на принципа за пропорционалност позволява на туриста да се наслаждава на интериора без обърканост или напрежение. Ако отделните дизайнерски елементи са широко разделени, повтарящият се елемент е извън ъгъла на зрението, или ако между тях няма баланс, техният цялостен ефект не може да бъде оценен.

Ергономията предполага съразмерни съотношения между човека и отделните елементи от материалната среда на туристическите обекти. Ако принципите на ергономията не бъдат съобразени, това може да предизвика голямо неудобство и също да води до неудовлетвореност. Обзавеждането и оборудването в туристическите обекти обикновено се произвеждат в удобен за третиране мащаб и по никакъв начин не затрудняват туристите и обслужващия персонал при боравене с тях.

Изследванията показват, че интериорното решение впечатлява в по-голяма степен туристите и влияе върху постигането на удовлетвореност от туристическото потребление. Ето защо вниманието и усилията на проектиращите трябва да бъдат

насочени в най-голяма степен към използването в интериора обзавеждане и оборудване. И най-съвършената интериорна идея може да бъде злепоставена от непълноценни предмети за обзавеждане. От друга страна, и превъзходният предмет ще изгуби от своите качества в непълноценна интериорна среда. Елементът усилва своята изразителност именно в рамките на ансамбъла, в който е включен. Ако той се абстрахира от общата идея, става неуместен, дори и да е шедьовър, макар че не би могъл да бъде шедьовър, ако не е отчел изискванията на своята околна среда. Следователно единството между съдържанието и формата определя неговата "хоризонтална цялостност", а за постигането на единство между всички нива на образа е необходима и "вертикална цялостност". Важно изискване към дизайна на интериора е той да бъде оригинален, неповторим. По този начин се оказва по-силно въздействие върху туриста. Отсъствието на оригиналност на дадено равнище не може да се компенсира от свойствата на по-горните равнища.

Единството на форма и съдържание в интериорния дизайн има три аспекта: функционален, потребителски и емоционален. При туристическите обекти функционалната целесъобразност е съществен елемент от решението на материалната среда, затова функционалното предназначение трябва да намери своето убедително отражение в интериора на обекта. Въпреки двуединството на утилитарното и естетическото почти във всички случаи утилитарното доминира и влияе на интериорното решение в голяма степен. За правилното решение на материалната среда в обекта е необходимо в интериора да бъдат отразени и особеностите на потреблението на туристическия продукт. Например от външния вид на един стол трябва да става ясно дали той е подходящ за конкретния вид заведение за хранене например и за сервирането на определен асортимент от ястия. В зависимост от предназначението и от особеностите на потреблението интериорното решение въздейства и емоционално на туриста. То в една или друга степен го радва, възхищава или респектира.

Ефективното оформление на предметната среда осигурява чувство на хармония във всяка част и интегрира отделните части в целия туристически обект. Това се постига чрез някои модели на последователност в пространството и повтаряне на определени елементи или, както и при екстериора, чрез формирането на своеобразен център от дизайнерска гледна точка, около който да бъде концентрирана цялата тема на обекта. Добра възможност в това отношение предлага дизайнът на бар-плота, модула за ястия (стоковата витрина) в ресторантьорството или рецепцията във фойето или бюрото в стаята при хотела, ако видът на обекта позволява изграждането им в тази функция.

Хоризонталните пропорции в туристическия обект пораждат чувство на спокойствие и релаксация, въпреки че това също е отрицателен ефект, защото окото с един бегъл

поглед обхваща цялото пространство или линиите. Вертикалните елементи в материалната среда имат обратния ефект и внушават динамика и действие, което позволява ефективното им използване в стайлинга на входното фоайе. За постигане на по-голям интерес в интериора може да бъде използван кръг или овал, обграден от по-малки зони, всяка създаваща индивидуално разпределение на пространството. По този начин се постига ефект на амфитеатър, който позволява приятна панорама за всички места в заведението за хранене например и същевременно на клиентите е осигурено относително уединение.

Хоризонталните и вертикалните линии се срещат и в десените, тапицериите и лампериите. Геометричните модели включват линии, кръгове, квадрати, триъгълници, които произвеждат строго субективни ефекти. Например хоризонталните и диагоналните линии увеличават ширината и се използват за коригиране дължината на помещението. Кръговете и квадратите плътно долепени в дадена форма създават визуално объркване и е за предпочитане да не бъдат прилагани заедно. Десенираният с един мотив модел предизвиква потиснатост и зрителна умора, освен ако моделът в дизайна е малък и деликатен. Добрата резултативност изисква разстоянието между моделите в материалната среда да бъде внимателно пропорционирано, за да се създадат баланс и яснота. В повечето случаи цялостният ефект от силно характерните модели се оценява единствено когато е използван на голямо пространство, като на стената например, и по този начин може да бъде възприет като точка на интерес.

Използването на структурата на тъканите като основен фактор в дизайна е относително нова концепция и води началото си от паралелното въвеждане на по-голяма сложност в осветителните схеми. Структурата на тъканта се визуализира по редица начини - чрез ефекта на светлината и сянката, грубостта или гладкостта, твърдостта или мекотата - и да бъде интерпретирана чрез асоциацията с други познати материали. Следователно оценката на структурата на тъканите като цяло е усещането, което предизвиква, и може да бъде разгледана в четири основни групи: мека неравна, твърда неравна, мека равна, твърда равна.

Меката неравна структура на материалите представлява прекъсната повърхност, която абсорбира светлината и изглежда по-тъмна от други еднакво осветени зони. Меката външност предизвиква топли чувства и често се комбинира с тъмни цветове, като тъмнокафяво например.

Меката равна структура на материалите се използва в голям диапазон от изделия като например кадифе и полиестер, използвани за тапициране на мебелите. Тук могат да бъдат отнесени и фините бели или цветни ленени покривки за маса.

В недалечното минало се забелязва тенденция на засилена употребата на *твърди неравни материали*

като видима тухлена и каменна зидария или бетон. В основата си тези материали създават силно впечатление и не се нуждаят от допълнително подчертаване с цвят, въпреки че ефектът от тях може да бъде увеличен чрез директно осветление.

Повечето покрития на сградите са

твърди и гладки

- хоросан, мрамор, стъкло, метални повърхности, теракота и фаянс. Техният ефект е постигане на хладина и строгост, които се смекчават чрез прибавянето на тъкани, килими и пердета, осигуряващи баланс на усещанията или чрез използването на меки равни материали като кожа и пластмаса и чрез богати топли цветове, като оранжево, червено и кафяво. Дървото и кожата са междинни материали, които се използват за постигане на различни ефекти в зависимост от повърхността, подлежаща на манипулация, и се комбинират с голяма област от други гладки и неравни структури.

Плоскостите и покритията в туристическите обекти означават повече за туристите от повърхността, по която ходят или която покрива стените и таваните. *Въздействието им се свежда до определяне на направлението на движение, придаване на мекота, чувство на елегантност.*

Изборът на материал за покритие на стените, таваните и подовете изисква той да е траен, да бъде лесен за почистване, да бъде достъпен в цветовете, като допълва другите цветове в пространството, заглушава или повишава звука при необходимост. Този избор варира в широк диапазон в зависимост от вида на обекта, предполагаемите ценови равнища на предлаганите продукти и услуги и търсената атмосфера.

Сложността на дизайна и качеството на покритието имат отношение към тяхната себестойност, а в много случаи и към трайността им.

Плоскостите освен това предоставят повърхност за интерес към художествените произведения. Само защото са там обаче не означава, че трябва да бъдат покрити с декорация и кич. Естетиката изисква избраните произведения на изкуството да подходат на цялостната дизайнерска концепция за материалната среда. За класическите обекти например са подходящи живописни платна. Алтернативен заместител на картините са фотографиите, които често се използват в дискотеките и баровете. Освен картини много други предмети могат да внесат декоративни елементи в интериорния дизайн, като например архитектурни орнаменти, писма, документи, карти, скулптури, гоблени, черги, тъкани.

Интериорното оформление определя решението и на оцветяването, и на осветяването на туристическите обекти. Целесъобразно е тяхното проектиране и изграждане да се осъществяват едновременно, тъй като могат да се създадат взаимноизключващи се

ефекти. Начинът, по който светлината се отразява, зависи от концентрацията и направлението ѝ и от естеството на повърхността - гладка, груба, полирана, текстил.

Цветовият спектър като цяло е съставен от три вида цветове:

- основни - червено, жълто и синьо;
- второстепенни - получени при смесването на цветовете от основните цветове в равни пропорции (оранжево = червено и жълто, зелено = жълто и синьо, лилаво = синьо и червено);
- третични цветове - образувани от смесването на основните и второстепенните цветове, като ефектът зависи от използваните пропорции (например синьо и зелено = тюркоазено).

Интензивността или хроматичността на цвета се променя чрез прибавянето на черно, сиво или бяло за получаването на различни тонове. Силните чисти цветове с висока хроматичност доминират в големи пространства над бледите и неутрални цветове и могат да бъдат използвани за подчертаване на специфичните детайли в дизайна или десена. По подобен начин цветовете или нишките с метален отблясък, като например златото или среброто, могат да се използват върху изпъкнали елементи, за да се отразят светлината и блясъка им.

Цветът е тясно свързан със светлината, защото без светлина цветовете не могат да бъдат възприемани. С определен вид светлина те се появяват в по-голяма степен жизнени, а с друг вид светлина същите цветове изглеждат еднообразни и сиви. Това основно правило е съществено за избора на цветове и осветителни схеми в туристическите обекти. От друга страна, осветлението, което е твърде ярко или твърде приглушено, предизвиква сериозно напрежение в очите. Еднообразното осветление прави атмосферата отегчителна, а когато е твърде ярко, придава на ястията неапетитен вид или води до заслепяване на туристите.

Правилното осветяване на многообразието от елементи в туристическите обекти е същинско изкуство. Практиката показва, че ефективността, нивото, източникът и качеството на светлината реагират и си взаимодействат в зависимост от останалите дизайнерски елементи. Осветителната схема в интериора създава настроение, подчертава изключителността на дизайна, подпомага туристите в избора им, мотивира персонала и осигурява защита и сигурност (вж. фиг. 2.6.).

Ефективното осветление в туристическите обекти включва деликатна манипулация на светлинните източници и светлинните нива. Целта е да се постигне възможно по-атрактивен вид. Хората изглеждат по-добре при инкадесцентно осветление (с нажежаема жичка). Някои експерти казват, че търговската зала в заведенията за хранене например трябва да бъде осветена, така че масите и клиентите да се превърнат във фокус на помещението. Други са привърженици на насочено към масите осветление, което се отразява от покривките и осветява лицата на клиентите по подходящ начин. Повечето експерти са на мнение обаче, че разнообразието от скрити и декоративни елементи са желателни за постигането на успешни резултати в осветителната схема.

Подценяван и недостатъчно използван елемент в оформлението на материалната среда в туризма е озеленяването. Наличието му обаче спомага за общото художествено оформление на интериорния дизайн, създава чувство за прохлада и усещане за връзка с природата. Използват се различни по вид и големина декоративни растения, като най-често срещаните са листно-декоративните видове поради постоянната им ефектност, дължаща се на зелените или пъстри листа и различния силует.

Растенията, използвани в интериорната среда, обикновено се ситуират в специални керамични или от друг материал съдове с различна форма и размер. Тенденция в озеленяването е използването на дървесни пънчета, в които се поставят саксиите. Аранжирани по подходящ начин и украсени с листно-декоративни или цъфтящи видове, биха могли да напомнят гора. Съдовете с цветя обикновено се разполагат направо на пода, около витрините или прозорците или на специални цветарници. В зависимост от големината им могат да се използват единични, линейни или в групови конфигурации.

Изброените елементи доминират в оформлението на туристическите обекти, като при тяхното съчетаване се съобразяват естетически критерии. Целта е да се постигне максимално комфортна материална среда, която да привлича потенциалните туристи, представляващи обект на интерес за съответния обект. Оформлението на материалната среда обаче трябва да отговаря на естетическите критерии на желаня потребителски сегмент. Също така тези части трябва да се вписват в цялостното интериорно решение на обекта, така че да се постига по-силно визуално присъствие в съзнанието на потребителя.

Интериорният дизайн на туристическите обекти изисква внимателно организиране на

пространствата, които са в служба на цялостното добро преживяване и постигането на подходящата атмосфера по време на посещението. От момента, в който туристът за първи път вижда сградата, до момента, в който се връща отново във външния свят, оформлението на материалната среда е част от цялостния план, който се грижи за неговата удовлетвореност. Всяко оформление отразява внимателното решение на определена ситуация, при което е важно да бъде "деликатен" не само към потребностите на дейностите, извършвани в обекта и към дизайнерската идея, а и към икономическите параметри, които обектът се стреми да постигне.

[1] Exterior - лат. - външен изглед, външност. Речник на чуждите думи в българския език, БАН, 1993.

[2] Interior - лат. - вътрешно пространство на помещение на сграда, обзаведено с всичко необходимо съобразно своето предназначение. Речник на чуждите думи в българския език, БАН, 1993.