

ОБЩИНА БОРИНО - ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА НИШОВИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ

ИВАНКА ШОПОВА, ЗЛАТКА ГРИГОРОВА

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ

BORINO MUNICIPALITY – OPPORTUNITIES FOR NICHE TOURISM PRODUCTS

IVANKA SHOPOVA, ZLATKA GRIGOROVA

UNIVERSITY OF AGRIBUSINESS AND RURAL DEVELOPMENT

Резюме

Нишовият туризъм е един от най-бързо развиващите се сектори в туристическата индустрия, който предлага на туристите не просто пътуване или желана ваканция, а добавя индивидуалност към тях. Нишовият туристически пазар обикновено предлага специфичен продукт, който да отговори на интересите на конкретните потребители. Направеното проучване изтъква нишови туристически продукти за дестинация Борино в зависимост от съществуващата инфраструктура, туристически продукти и услуги. Настоящата разработка разглежда възможностите за нишови туристически продукти в община Борино чрез анализ на ресурсен потенциал, налична настанителна база и фактори на външната и вътрешна среда.

Ключови думи: *нишов туризъм, нишов туристически пазар, нишови туристически продукти, община Борино*

Abstract

Niche tourism is one of the fastest growing sectors in the tourism industry, which offers to tourists not only desired trip or vacation, but it adds individuality to them. Niche tourism market usually offers a specific product to meet the particular interests of consumers. The research highlights opportunities for niche tourism products for destination Borino depending on existing infrastructure, tourism products and services.

This paper explores options for niche tourism products in Borino municipality by analyzing the resource potential, available accommodation and factors of internal and external environment.

Key words: *niche tourism, niche tourism market, niche tourism products, Borino municipality*

Въведение

Индустрията, свързана с отдиха и туризма, се комерсиализира непрекъснато, като отразява културните познания на потребителя. Културната глобализация дава шанс на регионалните култури да бъдат разпространени глобално (Парушева, 2004). Освен глобалните услуги и стоки, финансови потоци, глобални информационни технологии, глобални медии и други, нови шансове за изява получават регионалните и местни култури. Локално и глобално придобиват нов смисъл. Дава се възможност за лансиране на културната специфика и своеобразие на отделни туристически дестинации, етноси, религии (Бек, 2002). Тази тенденция е свързана с промененото туристическо търсене, в отговор на което се появяват нови мотиви за пътуване и желание за опознаване на света от гледна точка на автентичност, автономност и отговорно поведение.

В продължение на повече от две десетилетия туризмът се дискутира от неговите изследователи в контекста на глобализацията и технологичните промени. Често се говори за нови форми на туризъм, в чиято основа е

нишовият пазарен туризъм (Alan A. Lew, 2008). Нишовият туристически пазар обикновено предлага специфичен продукт, който да отговори на интересите на конкретните потребители, и в много от случаите е специално създаден според изискванията им. Съществува голямо разнообразие от пазарни ниши в туризма, които могат да бъдат разработени за дадена дестинация в зависимост от съществуващата инфраструктура, туристически продукти и услуги. Пазарните ниши могат да включват селски туризъм, екотуризъм, инсентив туризъм, орнитоложки, приключенски, образователен туризъм и много други. Разработването на туристически продукти за алтернативен туризъм трябва да се основава на разбирането на пазарните характеристики, поведение и предпочитания на туристите. Възможностите за създаване на продукти следват да се оценяват по тяхната приложимост и инвестиционен потенциал (Growing Niche Markets, Sustainable Tourism online).

Терминът "нишов туризъм" до голяма степен е заимстван от "пазарна ниша" - термин, който обяснява как конкретен продукт се създава да се удовлетвори нуждите на определена аудитория или пазарен сегмент. Оттук произлиза и идеята за „нишови туристически продукти“ и „нишови туристически пазари“. От една страна нишовия туризъм може да съществува във все още големи хомогенни пазарни сектори – „макро ниши“, например като културен и събитийен туризъм, всеки от които може да претърпи последваща сегментация до „микро ниши“, например: винен (културен) и спортен (събитийен) туризъм. (Novelli (2005): J. M. Ali-Knight, 2011). Според *Jon Edwards* може да се говори за съществуващи ниши и създадени ниши, в които туристите да бъдат поканени. Като примери за първите дава аграрен, винен, кулинарен туризъм и др., а за вторите – приключенски, голф туризъм, наблюдение на природата във водни и тематични паркове.

В самата си същност нишовите туристически продукти, създадени от туроператорите в отговор на промененото търсене на пазара, а често и в резултат от участие на туристите в създаването им, се превръщат в важна предпоставка за развитие на регионалната икономика. Нетрадиционните ниши за реализация на туристически продукти на база налични ресурси са добър начин за стимулиране на развитието на туризма в малките общини. На тази база настоящата

разработка си поставя за цел да дефинира възможностите за нишови туристически продукти в община Борино, разположена в Югозападна част на Родопския масив, област Смолян. Анализира се наличната информация за общината и се търси подход за систематизиране по степен на конкурентоспособност на нишовите туристически продукти в община Борино.

Материали и методика

Село Борино се намира в Западните Родопи на 100 км от Пловдив на пътя Пампорово - Девин - Доспат. През Борино минава основният път в южната част на Родопите от Смолян и Девин за Доспат, Гоце Делчев, Батак и Велинград. До района на Борино може да се стигне с автобус или кола. Общинският център включва селата Ягодина, Чала, Кожари и Буйново (фиг.1).



Фигура 1. Регионална карта на община Борино

(източник: <http://www.borino.org>)

В границите на района на с. Борино са описани около 2000 висши растения, някои от които са от първостепенно биологично и научно значение. От тях защитените от закона са 69 вида, а 11 са включени в Европейския списък на редките, застрашени и ендемични растения (напр. алпийски повет (*Clematis Alpina*). Сред редките растения, които се срещат само в Родопите са: родопски силивряк (*Haberlea rhodopensis*), родопското омайниче (*Geum*

rhodopaeum), родопското лале (Tulipa rhodopea). В горите на територията на община Борино виреят горски боровинки, горски ягоди, малини и шипки, гъби - манатарки, масловки, сърнелки и пачи крак, различни билки - риган, машерка, кантарион, бял равнец, здравец и др.

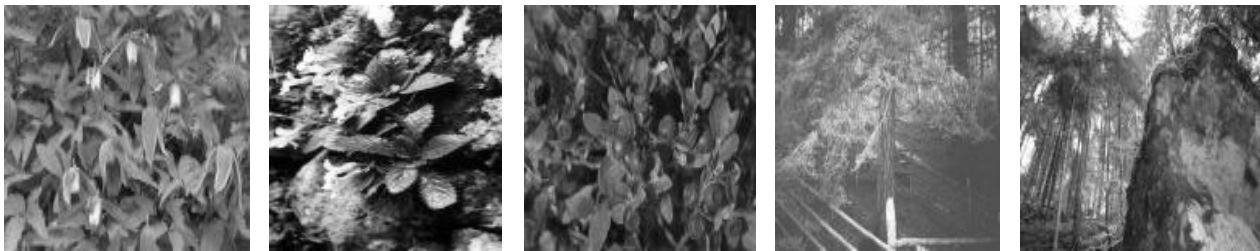
Фауната е представена с многообразие от животни, много от които са с национално, европейско и световно значение – мечки, вълци, глигани, сърни, елени, муфлони, диви кози, глухари, скалолазки, орли, соколи, сови, зайци и други дребни хищници.

Средната надморска височина на района е 1200 м. Почвите са кафяви-горски. Горският фонд е над 5280 хектара, като преобладават смърчовите и борови гори.

На територията на общината се намира природен резерват “Кастракли” с обща площ 124 ха, създаден с цел да се запази вековната черборова гора, скални групи и характерен природен пейзаж, който впечатлява с красив ландшафт от величествени отвесни скали,

вековни гори от бял бор, ела, бук, явор, воден габър и трепетлика, както и много смесени горски насаждения, които не се срещат на други места в страната. По-голяма част от насажденията са на средна възраст повече от 200 г. Средната надморска височина е 1200 м. Най-високата му точка е 1291,3 м., а най-ниската 911м. Теренът е много разнообразен. В резервата се среща богат и разнообразен животински и растителен свят. Установени са 25 растителни вида с природозащитен статус. От включените в Червената книга на България за територията на природния резерват “Кастракли” са установени 12 вида, от които един с категория “застрашен” и 11 с категория “рядък” (фиг. 2).

Като цяло в региона растителното богатства не е добре проучено. Открити са над 2000 вида и подвиди висши растения, а се предполага, че са повече. Недостатъчно проучени са гъбите, лишеите, мъховете и почвените водорасли.



Фигура 2. Алпийски повет, Родопски силивряк, горски плодове, смърчови и борови гори, резерват „Кастракли“ (източник: <http://www.borino.org>)

В землището на с. Борино са открити палеолитно находище (м. „Кастракли“), следи от първобитния човек и тракийски некропол от X-XI век в местностите Чакмакль, Чакмакльдере и Валтава.

От североизточния край на селото поема туристическа пътека (5 км). От височина се разкрива красива гледка към Боринската котловина и селото и към Ягодинската скала и Кайрански камък.

Девствената природа, екологично чистите въздух и вода в съчетание на традиции са благоприятна почва за развитие на алтернативни форми на туризъм и създаване на нишови туристически продукти.

Село Ягодина е разположено почти на равно разстояние от 30 км от Девин и Доспат. Пътят на селото минава през красивото „Буйновско ждрело“, покрай местността Хайдушки дол, известна с природната забележителност „Дяволски мост и водопада“. Районът е

любимо място за пещерняци и туристи, заради многобройните забележителности, туристически пътеки и над 120 пещери. От селото започват 3 екопътеки с различна трудност. Най-посещаваната забележителност е Ягодинската пещера – най-дългата пещера в Родопите (10 км). Годишно се посещава от 17 000 туриста, 30% от които са чужденци.

На 2 км югозападно от Чала се намира връх Виденица /Гъозтепе/- 1652 м. Останки по върха от древни зидове предполагат съществуването на светилище на бог Дионисий. Освен величествената панорама, при ясно време може да се види и част от Бяло море.

12 км северозападно от с. Борино се намира архитектурен паметник мост Кемера. Дозиграден е през XVI-XVII век върху съществуващ римски мост и е имал стратегическо значение за преминаващите кервани.

От добре запазените занаяти в региона са дърворезбарство, тъкане, плетачество, гайтанджийство, везба.

Региона се слави и със своята традиционна родопска кухня, картофопроизводството, млечни и животински продукти.

В региона ресурсен потенциал за развитие имат алтернативните видове туризъм като ловен, селски, кулинарен, екотуризъм, пешеходен, спелиоложки, екстремн, фотолов и други. За това благоприятстват ловно-стопанските обекти, наличието на диворастящи билки, горски плодове, гиби, наличието на проходими екопътеки, природни паркове, пещери, паметници на културата и т.н.. Важно предимство е, че районът на общината е екологично чист.

Към този момент община Борино работи по два проекта, свързани с туризъм. Първият включва изграждането на „Дяволска пътека“ като туристически продукт, концептуално разработен от БАСЕТ (Българска асоциация за селски и екологичен туризъм). Високо атрактивната пътека ще се реализира в т.н. два кръга -Малък кръг и Голям кръг, съответно с дължина на Малкият кръг е 3,8 км, а на Големият кръг -10,2 км. Предвижда се най-атрактивната част -преминаването под естествения скален Дяволски мост (Шейтан къопрлю) и през стеснения ждреловиден участък да се извърши с конзоли и дървени платформи. С изграждането на тази туристическа инфраструктура посетителят ще има възможност да се докосне до два „скрити“ водопада.

Предвиденият по проекта информационен сайт за (www.dyavolskapateka.com) трябва да популяризира туристическата атракция, но към момента не е активен.

Вторият проект с участието на община Борино е „Родопеана“, където съвместно с общините на Брацигово, Девин и Доспат ще се разработят нови туристически продукти в нишовия туризъм – с акценти на СПА и Уелнес туризъм, гурме, еко-, био- и природен туризъм, приключенски и спортен, културен, креативен и събитийен туризъм и техните хибридни видове. Проектът се финансира по Оперативна Програма Регионално Развитие - „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите“.

Работата по проектите показва желанието и готовността на община Борино да развива потенциала си за нови алтернативни форми на туризъм. Би било добре, ако усилията се насочат към разработване на нишови продукти, които да идентифицират дестинацията и да са уникални за нея. Продуктите по специални интереси привличат туристи, които търсят индивидуално преживяване и добавена стойност към избраната почивка под формата на нови знания и автентичност на преживяването.

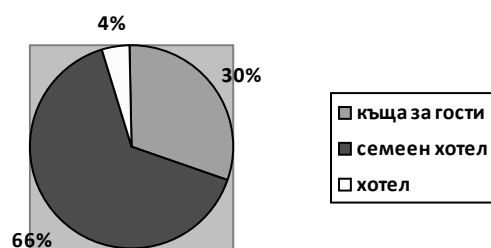
Резултатите от направеното интернет проучване сочат ръст в настанителната база през последните години, която да е в състояние на отговори на нарастващия брой туристи в региона. В таблица 1 са представени къщи за гости и семейни хотели на територията на община Борино:

Таблица 1. Справка за налична настанителна база на територията на община Борино (интернет проучване от авторите)

№	Настанителна база	Леглова база брой места	Локация	Интернет сайт на обекта
1	вила „Авангард“	10	в близост до с. Борино	Представяне в сайтове за туризъм и почивка и чрез туристически инфо център Борино
2	къща за гости „Снежана“	15	с. Ягодина	http://www.snejana-house.com/
3	къща за гости „Орлец“	18	с. Буйново	http://www.orlets-buynovo.com/
4	къща за гости „Милена“	15	с. Ягодина	http://house-milena.com/index.php/en/
5	къща за гости „Роял“	18	с. Борино	Страница във facebook.com
6	рибарска къща „Перика“	10	в близост до с. Борино	http://www.borino-lake.eu
7	семеен хотел „Аркадия“	14	с. Борино	Представяне в сайтове за туризъм и почивка и чрез туристически инфо център Борино
8	семеен хотел „Екостил“	12	с. Борино	Представяне в сайтове за туризъм и почивка и чрез туристически инфо център Борино
9	семеен хотел „Дейзи“	17	с. Борино	http://www.hoteldaisyborino.com/
10	семеен хотел	20	с. Борино	Представяне в сайтове за туризъм и почивка и

№	Настанителна база	Леглова база брой места	Локация	Интернет сайт на обекта
	„Стадиона“			чрез туристически инфо център Борино
11	семеен хотел „Хавана“	6	с. Борино	Представяне в сайтове за туризъм и почивка и чрез туристически инфо център Борино
12	СПА хотел „Борино“	22	с. Борино	http://www.spahotelborino.com
13	семеен хотел „Форест“	9	в близост до с. Борино	Представяне основно в сайтове за туризъм и почивка
14	семеен хотел „Ягодина“	44	с. Ягодина	http://www.yagodina-bg.com/
15	семеен хотел „Каменик“	14	с. Ягодина	http://www.visitrhodopes.com/
16	семеен хотел „Терзиеви“	18	с. Ягодина	http://www.yagodina.net/
17	семеен хотел „Милка“	15	с. Ягодина	http://communicatorbg.com/milka.html
18	семеен хотел „Асеница“	9	с. Ягодина	http://www.asenica.free.bg/
19	семеен х-л „Столетникът“	11	с. Ягодина	http://reserve.host22.com/
20	семеен хотел „Шарм“	12	с. Ягодина	http://www.yagodina-sharm.com/
21	семеен х-л „Попинилъки“	46	близо до Буйновско ждрело	http://www.popiniluki.com/
22	семеен х-л „Спас и Мони“	22	с. Буйново	http://spasimoni.com/
23	Къща за гости с. Чала	10	с. Чала	Представяне основно в сайтове за туризъм и почивка

На фиг. 3 графично е представено процентното съотношение по видове места за настаняване и средства за подслон, налични на територията на община Борино.



Фигура 3. Съотношение по видове настанителна база

Справката за настанителната база е в резултат на интернет проучаване. Интернет е силен инструмент за достигане до крайния потребител и наред с масовите, традиционни продукти много специализирани нишови продукти търсят своята реализация. В този смисъл къщите за гости и хотелите в община Борино, които предлагат наред с настаняването и допълнителни услуги в

сектора на нишовия туризъм, трябва да търсят едно добро представяне в интернет с актуална и привличаща вниманието информация. Основните източници за направената статистика са двата сайта, представящи община Борино, и портали за туризъм като pochivka.bg, bultourism.com. Отчита се и фактът на високия процент на представяне на местата за настаняване със собствена интернет страница (74 % са със самостоятелен сайт), и представянето на всички от тях в специализирани сайтове за туризъм и почивка, социални мрежи и под.

SWOT анализът на възможностите на община Борино за развитие на нишови туристически продукти влиза в следните основни параметри:

Силни страни

- Добро географско разположение;
- Благоприятен климат;
- Девствена природа и екологична среда;
- Богато културно-историческо наследство;
- Изградени еко пътеки;
- Развиващ се пещерен, планински и културен туризъм;
- Общината разполага с местен туристически информационен център;
- Нарастващ брой туристи в региона;
- Развитие на семейния бизнес;

- Ръст на базата за настаняване;
- Поддържане на актуална информация на два сайта на общината;

Слаби страни

- Няма туроператорски фирми в общината, които да предлагат нишови туристически продукти;
- Няма система за интерпретация на природното и културно наследство;
- Застаряващо население в общината;
- Нужда от обучение на предлагащите продукти и услуги в сферата на гостоприемството;
- Няма разработени нови допълнителни услуги и атракции;
- Няма браншови организации и други подобни обединения;
- Недостатъчно финансови и трудови ресурси за развитие на туризма в общината; Неизползване на природните дадености за развитие на общината и туризма;

Възможности

- За развитие на нишови туристически продукти в областта на културен, екологичен, маршрутно-познавателен туризъм, наблюдение на ландшафт, планински, пешеходен, селски, етно, кулинарен, орнитоложки, спелиоложки, екстремни, фото туризъм, риболов и др.;
- Увеличаване дела на частните инвестиции в създаване и представяне на туристически продукти и услуги;
- Наличие на неправителствени организации в общината, които се занимават с туризъм, опазване на околната среда и популяризиране на региона;
- Ресурсен център за подкрепа на местния бизнес;
- Промотиране на региона както в България, така и в чужбина чрез участие в туристически борси;
- Въвеждане и постигане на стандарти за качество на туристическите продукти и услуги;
- Изграждане на комплексен туристически продукт в общината, който е преди всичко регионален по обхват.
- В етап на разработване на нов туристически продукт „Среднопланински маршрут - Дяволска пътека“ – непознат до момента;
- Разработване на туристически продукти в нишовия туризъм, които се различават от конкурентните дестинации и разработване на такива, които се допълват с тях;

- Туристически продукти, които не са обвързани със сезонност и изграждане на имидж на целогодишна туристическа дестинация;
- Достигане със модерна, значима и брандирана информация за туристическите продукти на района до максимален брой директни потребители от целевите пазари и туроператори, туристически агенти, он-лайн туристически посредници;
- Увеличаване на престижа на алтернативните видове туризъм, като част от увеличаване на престижа на България като дестинация за разнообразен, интересен и уникален туристически продукт.

Заплахи

- Възможно разнопосочно развитие на туризма без търсенето на акценти в лицето на нишови туристически продукти;
- Несъответстващо предлагане на търсенето – обем и еднородност;
- Потенциално разочарование на посетителите (несъответствие между качество и предлагана услуга, състояние на инфраструктурата и под.);
- Липса на активност на отделните участници на туристическия пазар;
- Наличие на туроператорски фирми в Пампорово, Смолян и Девин, които предлагат нишови туристически продукти;
- Недостатъчен брой места за настаняване;
- Липса на инвестиции за подобряване на туристическата инфраструктура;
- Липса на ресурси за развитие на икономиката и увеличаване на заетостта в общината чрез туризъм;
- Международна конкуренция в областта на нишовия пазар;
- Зависимост от националния бюджет финансиране;
- Невъзможност да се финализират започнати проекти в областта на туризма – напр. заложен като цел, но не работещ сайт за промотиране на атракция „Среднопланински маршрут - Дяволска пътека“;
- Неконкурентноспособност в сферата на алтернативния туризъм в сравнение с близки по територия конкуренти, които вече имат опит и развиват нови нишови продукти;

Заклучение

На база на направения анализ могат да се изведат следните основни изводи по отношение на възможностите за разработване на нишови туристически продукти:

- Регионът на община Борино притежава специфични природни и антропогенни ресурси с възможност за интегрирането им към алтернативните форми на туризъм;
- Регионът е екологично чист, със запазена природа и биоразнообразие – ценен ресурс за развитие на екологичен туризъм;
- Разнообразният релеф и пещерните образувания са атракция, която е типична за региона, като условията предпоставят развитието на природно-познавателен и спелеоложки туризъм.
- Налице са условия, които предполагат и развитие на нестандартни специализирани видове туризъм като билкарство, етно туризъм и др .
- Тенденция към увеличаване информираността на крайните потребители за ресурсите, потенциала и новите туристически продукти на района.
- Като цяло община Борино има възможност да развива три макро ниши като екологичен, планински и селски туризъм и множество микро ниши като орнитоложки, спелеоложки, кулинарен, екстремен туризъм и т.н., едновременно диверсифицирайки единен туристически продукт на региона, но с възможност и за концентрация на собствени нишови продукти.
- Благоприятният климат и ресурси водят до възможност за развитие на промоционален микс на региона с цел равномерно натоварване на туристическите ресурси;

Това са предложените обобщения и те не претендират за изчерпателност. Целта на настоящата разработка е да дефинира възможностите за развитие на нишови туристически продукти в община Борино и да

насочи вниманието на всички заинтересовани страни, за да реализират бъдещи икономически дивиденти за региона като туристическа дестинация.

Литература

Бек, Улрих, Що е глобализация? Заблудите на глобализма - отговори на глобализацията, Критика и хуманизъм, София, 2002

Парушева, Таня, Предизвикателства и ефекти от туризма в глобалното общество, София, 2004

Общински план за развитие на община Борино 2007-2013

Alan A.Lew, Long Tail Tourism: New Geographies for Marketing Niche tourism products, Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol. 25(3–4) 2008, 409-419

J. M. Ali-Knight, The role of niche tourism products in destination development, PhD by Published Works, 2011, pp. 1-166.

Jon Edwards, Challenges in managing and promoting Niche Tourism in the Irpinia region, Palermo Business Review | Special Issue, pp. 207-212

Okechukwu Nwafor, Niche Tourism and the Challenges of Developing Medical Tourism in the Western Cape Province of South Africa, Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies (JETERAPS) 3(4): 600-604

<http://www.sustainabletourisonline.com/destinations-and>

[communities/implementation/destination-development/destination-products-and-experiences/growing-niche-markets](http://www.sustainabletourisonline.com/destinations-and-communities/implementation/destination-development/destination-products-and-experiences/growing-niche-markets)

<http://www.borino.org>

<http://www.borino.bg>