

Global warming and the future of ski tourism in Bansko

Veliko Velikov, Krasimir Levkov

University of Agribusiness and Rural Development - Bulgaria

Abstract

The effects of global warming create new problems for the development of tourism in Bansko – the most prosperous winter resort in Bulgaria and in the Balkans. It is recommendable that the tourist product that is being offered is diversified through development of alternative tourism – cultural tourism, rural tourism, health tourism, etc.

Key words: *global warming, touristic product, alternative tourism.*

Глобалното затопляне и бъдещето на ски туризма в Банско

Велико Великов, Красимир Левков

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

Цел на изследването: *определяне на актуалните проблеми пред развитието на ски туризма в Банско, свързани с ефектите от глобалното затопляне, и обосноваване на необходимостта от диверсифициране на местния туристически продукт.*

Задачи:

1. Проследяване на влиянието и взаимната връзка между глобалното затопляне и туризма.
 2. Характеристика на ресурсите на Банско за развитие като зимен курорт.
-

3. Анализ на конкурентните предимства и мястото на Банско между водещите европейски ски курорти.
4. Критичен анализ на общинската маркетингова стратегия за развитие на региона на Банско като европейски център за зимен туризъм.
5. Очертаване на насоки за диверсифициране на местния туристически продукт.

Резултати:

1. Ефектите от глобалното затопляне се отразяват пряко както върху стопанската дейност на хората, така и върху необходимостта им от почивка и възможностите за задоволяване на тази необходимост. Проявява се и обратна връзка – все по-ясно става, че именно стопанският живот, включително и туризмът е в основата на промяната на химичния състав на тропосферния въздух и бързото покачване на средните температури.

Според различни източници през последните сто години нивото на въглероден двуокис се е покачило с 25%, на азотен окис с 19%, а на метан със 100%. Десетте най-горещи години в човешката история са били след 1980 г. Годишният доклад за климата, публикуван в бюлетина на Американското метеорологично дружество сочи, че 2013 година е била една от най-топлите, откакто се води статистика; парниковите газове са достигнали рекордни нива, а антарктическият лед е продължил да се топи. Повърхностните температури на океаните също са се повишили и при тях 2013 г. е между 10-те най-горещи. Средното ниво на Световния океан се е покачило с 3 мм за 1 година - постоянен ритъм от 20 години. Парниковите газове са продължили да повишават концентрацията си през 2013 г., поставяйки нов рекорд. За пръв път съдържанието на въглероден двуокис в атмосферата е надхвърлило нивото от 400 частици на милион по данни на обсерваторията Мауна Лоа на Хавайските острови. В Арктика подобно ниво е отчетено още през пролетта на 2012 г. (<http://www.ametsoc.org>, 18.07.2014) Не е преувеличено да се каже, че промяната на климата може да доведе до катастрофа, по-голяма от която и да било в досегашната човешка история. Предполага се, че през XXI век планетата може да се затопли с повече от 3,5°C.

Връзката с туризма. От неблагоприятното въздействие на затоплящите се води върху коралите до топенето на снеговете в ски курортите - климатичните промени представляват нарастваща заплаха за туризма. На свой ред туристическата индустрия допринася за увеличаването на парниковите газове и е необходимо да вземе мерки за справяне с проблема. Очаква се парниковите емисии от туризма, които се увеличават заради повечето пътувания, до 2025 г. да достигнат 10% от общото глобално количество при настоящи между 4 и 6%. Пътуванията до различни дестинации допринасят за 75% от парниковите емисии от туризъм. По-топлите зими съкращават зимните спортни сезони и застрашават жизнеспособността на някои ски курорти. Покачване на океанското ниво с 1 метър през този век - горния предел според сценариите на водещи климатолози, ще засегне до 60% от курортните имоти в Карибския регион и ще наводни много летища и пристанища.

Няколко региона по света могат да се възползват от пренасочването на туристическите потоци, като например Аляска или Северна Европа. "Представителите на всеки бранш от туристическата индустрия трябва да помислят по-задълбочено върху приспособяването към климатичните промени и същевременно да вземат мерки за ограничаването на ефектите от туризма върху околната среда", казва Стивън Фарант, директор на International Tourism Partnership. (<http://www.tourismpartnership.org>, 18.07.2014)

В Европейския континент основната заплаха е за многобройните ски курорти, разположени предимно в района на Алпите. В. Великов дава пример с някои швейцарски зимни курорти, които започват да разработват бизнес планове за по-безснежно бъдеще. Той цитира доклад на швейцарски експерти, според които в бъдеще курортите под 1500 m надм. вис. не трябва да се концентрират върху ските като основна атракция. (Великов, 2011) На рисковете са изложени и останалите зимни курорти – от Скандинавия до Балканите и Кавказ. Осветляването и разрешаването на този проблем става цел на все повече актуални изследвания. (Becken, Wilson, 2013; Steiger, Stötter, 2013) Сериозно внимание заслужава изследването на Щайгер и Щьотер на влиянието на климатичните промени върху ски туризма в Тирол. В симулационния модел SkiSim2 те включват 111 ски зони. Основният извод е, че между 2030 и 2040 г. продължителността на ски сезона във всички тези зони, основана на естествената снежна покривка, ще спадне под критичните 100 дни. (Steiger, Stötter, 2013)

Според Е. Уитингтън – директор на британската мрежа Climate Change Media Partnership, ски курортите могат да се адаптират, привличайки повече летни туристи или чрез закупуването на повече машини за изкуствен сняг, но като цяло е трудно да се предложи позитивен сценарий за тях. (<http://climatechangemedia.ning.com/profile/EliotWhittington>)

2. Възходът на Банско като зимен курорт през последните две десетилетия се дължи на уникалното съчетание на местните природни и антропогенни туристически ресурси, както и на отварянето на България към международния туристически пазар.

Градът е разположен в западната част на Разложката котловина, на около 930 m надм. вис., в подножието на Северен Пирин. Отстои на 150 km от София. От голямо значение за транспортната му достъпност е относителната близост до международното летище в София и до държавните ни граници с Гърция, Македония и Сърбия.



Фигура 1. Транспортногеографско положение на Банско

Природните туристически ресурси на Банско и селищата от община Банско се основават преди всичко на непосредствената близост до северните и североизточни склонове на Пирин, характерни с оптималните си условия за един продължителен ски сезон. Планинският климат позволява задържане на снежната покривка от декември до април, а алпийският характер на планината осигурява отлични условия за професионален и любителски ски спорт. Голям, но все още недостатъчно използван ресурс на балнеологичния туризъм са топлите минерални извори край Добринище, както и в съседната

община Разлог (селата Баня и Елешница). Националният парк „Пирин“, вписан в листата на ЮНЕСКО на световното природно наследство, е безценен ресурс за развитие както на екологичен, така и на културен и спортен туризъм.

За разлика от природните, **антропогенните туристически ресурси** в общината и в съседните общини в поречието на Места предполагат преимуществено развитие на културния и селския туризъм. Културният туристически продукт на района се базира на уникалната му история, етнография и архитектура, както и на сложния етнодемографски облик. Резервите в посока развитие на културен туризъм тук са много големи, особено по отношение на почти неразработените ниши на етнотуризма, кулинарния и винения туризъм.

През последните две десетилетия **туристическата политика** на България претърпя сериозни промени. Ликвидиран беше държавният монопол върху туристическите обекти, освободи се частната инициатива, облекчен бе визовият режим и т.н. След първоначалния спад от средата на 90-те години, вече близо 20 години расте както броят на международните туристически пристигания, така и приходите от тях. Промени се и структурата на международния туристически поток към България. Намалява дялът на „транзитните“ туристи, увеличават се туристите с цел почивка и рекреация. (НСИ) Утвърденият имидж на страната ни като относително евтина и близка за европейските туристи дестинация за морски ваканционен туризъм все още се запазва, но към него постепенно се добавят нови щрихи – ски, балнеолечебен, културен и др. Именно тези промени създадоха условия за изграждането и утвърждаването на Банско между водещите европейски ски курорти.

3. Сравнителният анализ на ски дестинацията Банско спрямо други водещи европейски ски курорти показва, че градът разполага с някои важни конкурентни предимства, но те не бива да се абсолютизират.

Повечето големи и стари ски курорти в Европа са разположени в алпийските части на Германия, Швейцария, Франция, Италия, Австрия и Словения (табл. 1). Извън този основен регион са зимните курорти в Северна и в Южна Европа. От големите европейски ски курорти Банско е между най-южно разположените – едва на 41° 50' с.ш., докато алпийските курорти са разположени между 45 и 47° с.ш., а скандинавските – значително по на север, на повече от 60° с.ш. От тук произтича и тяхното предимство по отношение на

климатичните характеристики спрямо алпийските и южноевропейските ски центрове. Изключение прави единствено испанският ски курорт Сиера Невада със своите 37° с.ш.

Важно предимство на Банско е високото разположение на неговата ски зона – от 1000 до 2560 m. В това отношение го превъзхожда френският Шамони, чиято ски зона достига до 3300 m, което му осигурява и най-голяма продължителност на ски сезона – близо 5 месеца (от ноември до април). По този показател Банско отстъпва и на швейцарския Санкт Мориц, като заема междинно положение с продължителност на сезона около 4 месеца (декември – април), близка до повечето алпийски курорти.

Таблица 1. Основни ски курорти в Европа

Курорт	Страна	Координати	Надм. вис. (m)	Население (хил.)	Активен сезон
Гармиш-Партенкирхен	Германия	47° 30' N 11° 07' E	708	26	Декември - март
Кицбюел	Австрия	47°27' N 12° 24' E	762 800- 1900*	8	Декември - април
Санкт Мориц	Швейцария	46° 30' N 09° 50' E	1822	5	Декември - май (25.05.14)
Кортина д'Ампеццо	Италия	46° 32' N 12° 08' E	1211	6	Декември - април (1.05.14)
Шамони	Франция	45° 55' N 06° 52' E	995 1000- 3300*	9	Ноември - април (4.05.14)
Лилехамер	Норвегия	61° 07' N 10° 25' E	200	26	Ноември - април
Квитфйел (55 km от Лилехамер)	(база на зимна олимпиада, 94)	61° 27' N 10° 07' E	854 185- 1039*		
Кранска гора	Словения	46° 29' N 13° 47' E	838 785- 1623*	5	Декември - април
Закопане	Полша	49° 18' N 19° 58' E	830 750- 1126*	28	Декември - април
Банско	България	41° 50' N 23° 30' E	927 1000- 2560*	8	Декември - април

* Долна и горна граница на ски пистите

Няма друг зимен курорт в България с толкова бърз ръст на настанителната база през последните 15-20 г. Към 2014 г. в града функционират 4 петзвездни хотела, 15 четиризвездни и над 40 хотели и къщи за гости с 2 или 3 звезди с общ капацитет над 10 хил. легла. (<http://banskocity.bg>).

По отношение на инфраструктурата ски зоната на Банско може би не е най-наситената, но поради малката си възраст тя е една от най-модерните в Европа. Общата дължина на ски трасетата е над 70 km, от които за начинаещи са 35%, 40% за напреднали и 25% за опитни скиори и сноубордисти. Всички трасета са оборудвани с машини за изкуствен сняг - работят 170 оръдия за изкуствен сняг TechnoAlpin и снегоутъпкващи машини Kassbohrer. Ски центърът предлага и 16 km ски път, оборудван с машини за изкуствен сняг и осветление, свързващ високите части на курорта с града. Функционират общо 26 km лифтове, в т.ч. кабинкова въжена линия с капацитет на кабинка до 8 души, пет 4-седалкови лифта модел Doppelmayr, един 3-седалков лифт Poma, шест ски влека и десет детски ски влека. (<http://banskocity.bg>)

Сред услугите, които предлага курортът за посетителите са почивка за уикенд, почивка за 10 дни (ваканция), семейна почивка, ски училище, конференции, семинари, бизнес срещи, обучения, празници. Зимните услуги включват ски, зимни кънки, сноуборд, ски бягане, ски скокове, слалом, шейни, хокей на лед, ледена пързалка. В последните години, освен като място за масов любителски ски туризъм, Банско се развива и като център на професионалния ски спорт. От 2009 г. в курорта се провежда кръг от Световната купа по ски алпийски дисциплини. Организирант се също национални и международни състезания по ски бягане, сноуборд, биатлон и други зимни спортове. (<http://banskocity.bg>)

Конкурентните предимства на Банско се изразяват най-вече в достъпните цени на хотелите и на зимните услуги, наличието на разнообразни услуги за туристите, новата и значителна леглова база и по-високата категоризация в сравнение с други държави.

4. От 2010 г. в Община Банско се изпълнява Маркетингова стратегия за развитие на региона на Банско като европейски център за зимен туризъм.

Стратегията е разработена в изпълнение на проект „Банско – Закопане – обмен на добри практики и сътрудничество за развитие и маркетинг на зимния туризъм”, който община Банско изпълнява заедно с община Закопане, Полша.

Основната цел на стратегията е да допринесе за обединяване на усилията на публичния и частния сектор за развитие на туризма като стратегически отрасъл в регионален мащаб. Стратегията дефинира конкретни маркетинг дейности на общинската администрация, както и мерки за стимулиране на маркетинг дейностите на частния и неправителствения сектор за разработване на единна визия на гр. Банско като зимен курорт. Стратегията формулира краткосрочни, средносрочни и дългосрочни местни и регионални политики за развитие на туризма; набелязва конкретни мерки за постигане на приоритетите в областта; предлага механизми за постигане на ефективно партньорство и диалог между държавните и общински власти и НПО; идентифицира форми за промотиране на зимния туризъм в Банско в европейски мащаб.

В стратегията са разгледани и визията на туризма в гр. Банско, ценовата политика и реализираните инвестиции до 2010 г., както и възможностите за разработване и предлагане на *комплексен туристически продукт* (к.м.). Анализирани са проблемът с квалификацията на кадрите в туризма. Направен е преглед на продуктовата, ценовата, рекламната и промоционалната стратегии на зимния курорт.

Стратегията съдържа и следните препоръки за развитие на популяризирането на гр. Банско с участието на общинската администрация:

1. Подкрепа за създаването на местни, регионални и международни партньорства;
2. Създаване на маркетингови материали от Общината;
3. Създаване на *диверсифициран туристически продукт* (к.м.).

Очакваните резултати от изпълнението на маркетинговата стратегия са:

- ✓ Разработени и утвърдени комплексни туристически продукти и нови атрактивни допълнителни услуги;
- ✓ Подобрена транспортна инфраструктура и усъвършенствани транспортни услуги;
- ✓ Изградени и работещи информационни центрове; единна информационна система за легловата база и за всички атракционни, екскурзоводи, планински водачи и пр.;
- ✓ Оптимизиране използваемостта на легловата база;

- ✓ Повишена квалификация на туристическия персонал и превръщането му в съветник за клиента;
- ✓ Създадени нови партньорства с чужди туроператори и туристически агенции с цел привличане на повече чуждестранни туристи;
- ✓ Увеличено участие в туристически борси и изложения, подобро промотиране на курорта и мероприятията в него;
- ✓ Повишаване на туристическия поток към курорта.

SWOT анализът, заложен в стратегията, отчита както силните страни и възможности, така и редица слаби страни и заплахи за развитието на туризма в общината. Основните слаби страни са: недоразвита транспортна инфраструктура, изразена сезонност, липса на единен маркетинг подход и комплексен туристически продукт; реална е заплахата от непоправими щети на околната среда при по-нататъшно бързо и неконтролно разрастване на ски зоната и нейната инфраструктура.

Според стратегията, главната тенденция за развитието на туризма през следващите няколко години в общината е да се развият културният туризъм, балнеотуризмът и селският туризъм.

5. Диверсифицирането на местния туристически продукт в общината е крайно наложително. То няма алтернатива, ако Банско иска да продължи развитието си като туристически център от европейски мащаб.

От анализа на маркетинговата стратегия за туристическо развитие на региона на Банско е видно, че Община Банско отчита необходимостта от диверсифицирането на туристическия продукт и цели предлагането на комплексен продукт на местния туризъм както на вътрешния, така и на европейския туристически пазар. При това развитието на културния, балнеолечебния и селския туризъм се разглежда преди всичко като възможност за намаляване на сезонния дисбаланс в броя на туристите.

Не личи да са ясно осъзнати обаче онези обективни и все по-засилващи се тенденции и заплахи за развитието на зимния туризъм, произтичащи от глобалните климатични промени. Както в цяла Европа, и тук зимите ще стават по-топли. Дебелината на снежната покривка ще намалява, а долната ѝ граница ще започне да се изтегля към по-високите части на планината. Поддържането на нормална продължителност на ски сезона – от декември до април – няма да

може да става по двата утвърдени досега способа. Първият, чрез по-продължително използване на машините за сняг, ще оскъпи туристическия продукт над приемливото равнище. Вторият, чрез разширяване на ски зоната във високите части на Пирин, е обществено неприемлив поради конфликта на частния и локален икономически интерес с националния интерес от съхраняване на НП „Пирин“ като защитена територия, а освен това също би бил изключително скъп. Тук е уместно да се припомнят думите на Ханс-Руди Мюлер, преподавател по туризъм в Университета в Берн: „Карането на ски ще трябва да се превърне в една от страничните атракции, а не в основна. Ще идвате в Алпите на разходка, за да се чувствате добре и понякога ще карате ски, но скиите ще изчезнат като основна атракция”. (Великов, 2011, с. 66)

От изложеното до тук става ясно, че **подходът към развитието на туризма в Банско ще трябва да се промени радикално не само в средно- и дългосрочна перспектива**. Колкото по-дълго време ски туризмът остане доминиращ елемент в местния туристически продукт, толкова по-скоро курортът ще навлезе във фазата на упадък. И обратно – колкото по-скоро започне развитието му като дестинация на алтернативните видове туризъм, толкова по-плавен ще бъде преходът към нов икономически цикъл. Необходимите природни и антропогенни ресурси са налице. Трябва да се ускори тяхното въвличане в оборота на туризма, особено по отношение на здравния туризъм (балнеолечебен, СПА и уелнес), екологичния (орнитологичен, фотосафари, геотуризм и т.н.), спортния (трекинги, велотурове), селския и културния туризъм (кулинарен и винен, етно-, религиозен и т.н.).

Препоръки:

- Общинската стратегия за развитие на туризма за периода до 2020 г. да се актуализира и да се набележат по-конкретни и времево обвързани мерки за диверсифициране на туристическия продукт.
- Областна администрация - Благоевград да разработи и реализира инвестиционна програма за изграждане и развитие на туристически обекти в областта, както и програма за изпълнение на маркетингови дейности за популяризиране на областта като туристическа дестинация.
- Да се предприемат мерки от държавата по развитие и укрепване на обособяващия се туристически район, обхващащ селищата по горното и

средното течение на р. Места и прилежащите дялове на Пирин, Рила и Западните Родопи.

Литература

1. Великов, В. Международен туризъм. Състояние, тенденции, основни дестинации. Синтагма, В. Търново, 2011.
2. Левков, К. Алтернативни видове туризъм. Артграф, София, 2013.
3. Маркетинг стратегия за развитие на региона на Банско като европейски център за зимен туризъм. Банско, 2010.
4. Областна стратегия за регионално развитие на област Благоевград 2014 – 2020 г. Благоевград, 2013. В:
http://www.bl.government.bg/images/stories/documenti/Strategies/Blagoevgrad_v4_073113.pdf.
5. Becken, S.; Wilson, J. The impacts of weather on tourist travel. Routledge, Abingdon, UK. *Tourism Geographies*, 2013, 15, 4, pp 620-639.
6. Levkov, K. Opportunities for increase of tourism flow from Russia to Bulgaria by diversification of tourism product. VII Международная научная конференция "Инновации в технологиях и образовании" (КузГТУ), 28-29.03.2014. В:
http://conference.kemsu.ru/conf/bfkuzgtu2014/sect/index.htm?sec_id=2143.
7. Steiger, R.; Stötter, J. Climate change impact assessment of ski tourism in Tyrol. Routledge, Abingdon, UK. *Tourism Geographies*, 2013, 15, 4, pp 577-600.
8. <http://banskocity.bg>.
9. <http://climatechangemedia.ning.com/profile/EliotWhittington>.
10. <http://de.wikipedia.org/wiki/Garmisch-Partenkirchen>.
11. <https://de.wikipedia.org/wiki/Kitzb%C3%BChel>.
12. https://de.wikipedia.org/wiki/St._Moritz.
13. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Chamonix-Mont-Blanc>.
14. https://sl.wikipedia.org/wiki/Kranjska_Gora.
15. <http://worldweather.wmo.int/en/region.html?ra=6>
16. <http://www.ametsoc.org>.
17. <http://www.tourismpartnership.org>.
18. <http://www.zakopane.pl>.
19. www.cortina.dolomiti.org.