

*Проект ПРООН/ГЭФ «Сохранение  
биоразнообразия водно-болотных  
угодий Нижней Волги»*



# Экологический туризм

*Информационное пособие*

*Фонд развития экотуризма  
«ДЕРСУ УЗАЛА»*



Волгоград  
2012

УДК [338.48 + 379.8](470.45/.47)

ББК 65.433 + 75.81

Э40

Э40 **Экологический туризм:** информационное пособие / Фонд развития экотуризма «ДЕРСУ УЗАЛА». – Волгоград, 2012. – 304 с.

Информационное пособие разработано в рамках Проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия водно-болотных угодий Нижней Волги» с целью формирования системы методической базы, позволяющей организовать развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях различного статуса и прилегающих к ним зонам.

Информационное пособие предназначено для основных участников туристского сектора в регионе Нижняя Волга и других регионах России. Пособие содержит теоретическую информацию и практические рекомендации по организации экотуристской деятельности. В качестве дополнительных материалов читателю представлено электронное издание руководства по экологической безопасности туристической деятельности на водно-болотных угодьях.

Издание разработано коллективом авторов Фонда развития экотуризма «ДЕРСУ УЗАЛА» при финансовой поддержке и с использованием материалов Проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия водно-болотных угодий Нижней Волги»

Мнение авторов необязательно отражает точку зрения ПРООН, других учреждений системы ООН и организаций, сотрудниками которых они являются.

Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) является глобальной сетью ООН в области развития, выступающей за позитивные изменения в жизни людей путем предоставления странам-участницам доступа к источникам знания, опыта и ресурсов.

*Глобальный экологический фонд (ГЭФ) объединяет правительства 181 страны для решения глобальных экологических проблем, действуя в партнерстве с международными и неправительственными организациями, а также с частным сектором. ГЭФ, который был создан в 1991 году, является на сегодняшний день крупнейшим источником финансирования проектов, направленных на улучшение состояния окружающей среды. Будучи независимой финансовой организацией, ГЭФ предоставляет гранты развивающимся странам и странам с переходной экономикой для реализации проектов по тематике биоразнообразия, изменения климата, международных вод, деградации земель, озонового слоя и устойчивых органических загрязнителей. Эти проекты способствуют защите окружающей среды, увязывая экологические проблемы местного, национального и глобального уровней и внося вклад в устойчивое развитие.*



Издание подготовлено при финансовой поддержке проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия водно-болотных угодий Нижней Волги»

ISBN 978-5-905161-06-3

© Программа развития ООН, 2012

# Содержание

<b>Раздел 1. Экологический туризм как современная идеология путешествий в природу</b> . . . . .	5
1.1. Немного истории (Взгляд на путешествия в природу в исторической ретроспективе. Возникновение экотуризма) . . . . .	6
1.2. Современная концепция экологического туризма. . . . .	9
1.3. Виды экотуризма. . . . .	17
1.4. Экологический турист – кто он? . . . . .	21
<b>Раздел 2. Экотуризм как мировое явление. Современные тенденции развития экотуризма за рубежом.</b> . . . . .	29
2.1. География международного природного и экотуризма . . . . .	30
2.2. Экономическая эффективность и немонетарные преимущества экотуризма. . . . .	33
2.3. Вклад экотуризма в социально-экономическое развитие регионов . . . . .	35
2.4. Экологические эффекты природного туризма: минусы и плюсы. Вклад экотуризма в охрану природы. . . . .	44
2.4.1. Экологические эффекты природного туризма . . . . .	44
2.4.2. Вклад экотуризма в охрану природы . . . . .	60
2.5. Особенности и опыт развития экологического туризма за рубежом. . . . .	65
2.6. Сертификация экологически устойчивого туризма. . . . .	69
2.7. Развитие зеленого сельского туризма за рубежом. . . . .	77
<b>Раздел 3. Современное состояние и особенности развития экотуризма в России</b> . . . . .	81
3.1. Современное состояние, проблемы и перспективы развития экологического туризма в России. . . . .	82
3.2. Концепция, базовые принципы и основные направления деятельности по развитию экотуризма на российских ООПТ . . . . .	91
3.3. Нормативно-правовые аспекты организации экотуризма . . . . .	99
3.4. Примеры успешной практики развития экологического туризма в России . . . . .	102
3.4.1. Опыт реализации первых международных проектов по развитию экотуризма в российских заповедниках и национальных парках . . . . .	102
3.4.2. Опыт разработки стратегий развития экологического туризма для российских ООПТ . . . . .	105
3.4.3. Опыт работы российских заповедников и национальных парков в сфере развития экологического туризма . . . . .	112
3.5. Современные тенденции в развитии зеленого сельского туризма в России и странах ближнего зарубежья . . . . .	124
<b>Раздел 4. Практические рекомендации по развитию экологического туризма</b> . . . . .	131
4.1. Основные этапы планирования развития экотуризма. Оценка экотуристического потенциала территории . . . . .	132
4.2. Инвентаризация эколого-туристских ресурсов природной территории . . . . .	151
4.3. Выбор целевых категорий посетителей. Оценка спроса. . . . .	154
4.4. Разработка стратегии развития экотуризма на природных территориях. . . . .	159
4.5. Нормирование нагрузок при развитии экотуризма . . . . .	163
4.6. Создание и модернизация инфраструктуры для приема экотуристов. . . . .	171
4.7. Финансирование развития экотуризма: государственный и частный сектор, международные источники . . . . .	182

4.8. Как экотуризм финансирует охрану природы? Механизмы получения дохода. . . . .	185
4.9. Разработка бизнес-плана развития экотуризма . . . . .	193
4.10. Разработка турпродукта . . . . .	198
4.11. Формирование партнерства между ООПТ, местными и региональными туроператорами, НГО и другими потенциальными участниками экотуристической деятельности . . . . .	207
4.12. Сотрудничество с местным населением в сфере развития экотуризма. . . . .	211
4.13. Подготовка гидов экотуризма . . . . .	228
4.14. Маркетинг. Как найти «своего» клиента? Рекламно-информационное обеспечение и продвижение экотуристического продукта . . . . .	236
4.15. Национальные особенности экотуристов из разных стран . . . . .	255
4.16. Мониторинг экологического и социального воздействия экотуризма и управление им. Правила поведения для туристов и туроператоров . . . . .	259
4.17. Практические рекомендации по развитию зеленого сельского туризма. . . . .	274
<b>Литература и полезные ссылки . . . . .</b>	<b>281</b>
<b>Приложения . . . . .</b>	<b>285</b>
Приложение 1. Буклет-путеводитель по маршруту образовательного туризма – «Историко-культурное наследие Волго-Ахтубинской поймы». . . . .	286
Приложение 2. Пример краткого описания программы эколого-познавательного тура «Природный комплекс “Осинки”». . . . .	288
Приложение 3. Перспективные направления развития экологического туризма и примерный ассортимент возможного турпродукта в Камызякском районе. . . . .	292
Приложение 4. Принципы Национального общества «Одюбон» при организации экологических путешествий . . . . .	299
Приложение 5. Интерпретация природы . . . . .	301
Приложение 6. Примеры руководств для туристов . . . . .	304

## РАЗДЕЛ 1.

### Экологический туризм как современная идеология путешествий в природу



## **1.1. Немного истории (Взгляд на путешествия в природу в исторической ретроспективе. Возникновение экотуризма)**

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

Традиция воспринимать природу как одухотворенное, живое существо, стремление обожествлять ее и считать, что человек является ее частью, существует с незапамятных времен. Такое отношение характерно, например, для культуры Японии. У греков и римлян многие заповедные природные объекты становились местом исполнения религиозных обрядов, объявляясь священными и превращаясь в важный источник духовного обогащения людей. Давно замечено, что природа оказывает оздоровительный, гармонизирующий эффект на физическое и душевное состояние человека. Неудивительно поэтому стремление увековечивать лучшие образы природы и показывать их другим людям.

История развития «природного туризма» также восходит к глубокому прошлому. Еще древние египтяне предпринимали далекие путешествия с целью расширить свои познания об окружающем мире. Много путешествовали по различным странам Геродот, Аристотель, Плиний Старший, изучая не только культурные и исторические достопримечательности, но и природные условия. Значительно позже многие годы посвятили путешествиям в отдаленные уголки планеты с целью научного исследования их разнообразных ландшафтов, растительного и животного мира, местных культур такие исследователи, как Александр Гумбольдт, Чарльз Дарвин и другие.

Вплоть до середины прошлого столетия не существовало такого понятия, как «массовый туризм», наслаждаться природными красотами, проникать в экзотические уголки нашей Земли могли лишь выдающиеся «одиночки», одержимые страстью к приключениям, обладающие немалой энергией и силой воли. И в основном, это были люди весьма состоятельные. Такие путешествия не могли повлечь за собой заметных социально-экономических изменений в посещаемых путешественниками регионах; не могли они обеспечить и притока существенных финансовых средств, которые способствовали бы сохранению уникальных природных территорий, редких видов растений и животных, самобытных местных культур.

С развитием организованного туризма одним из первых его направлений стали именно путешествия в мир природы, т.е. природный туризм. В середине XIX века Томас Кук начал организовывать вояжи в Шотландские горы, а в 1863 г. предложил первое коммерческое восхождение на Монблан. В немалой степени интересу к таким путешествиям способствовали английские писатели-романтики, воспевавшие в своих произведениях красоту дикой природы и восхитительный мир альпийских вершин, долин и лугов. На американском континенте путешествия в мир природы стали популярными также благодаря литературным описаниям известных натуралистов и естествоиспытателей, принимавшими участие в научных экспедициях, – М. Льюсека, В. Кларка, Д. Одюбона.

В России значительную роль в привлечении людей к познанию природных достопримечательностей сыграли такие писатели и путешественники второй половины XIX века, как Н. М. Пржевальский, П. П. Семенов-Тянь-Шанский, Д. Н. Мамин–Сибиряк, изучавшие, описывавшие и прославлявшие природу России. В этот период возникли и получили широкую известность «Общество любителей естествознания» с филиалами во многих городах, Крымский горный клуб, Кавказское горное общество. В стране все более широкое распространение приобретал горный туризм, большое внимание уделялось экскурсионной деятельности.

К концу XIX столетия путешествия в места дикой природы по всему миру начинают пользоваться все большей популярностью. В немалой степени способствовало этому и создание системы национальных парков (первый национальный парк мира – Йеллоустоун – был создан

в 1872 г. в США). И все-таки, эти путешествия, этот туризм, целью которого оставалось в основном любоваться живописными ландшафтами, сохранял элитарный характер и был доступен лишь немногим.

Двадцатый век приносит кардинальные изменения как в направленность, так и в масштабы путешествий в природу. В начале века особенно престижными считались охотничьи сафари в экзотические страны с целью раздобыть крупнейшие «трофеи» – слонов, носорогов и т. д. В пятидесятые годы более популярными, нежели охотничьи туры, становятся уже фотосафари, однако главным объектом интереса по-прежнему остается «большая пятерка» - т.е. пять самых крупных видов африканских млекопитающих, которые ранее более всего ценились как охотничьи трофеи (слон, носорог, буйвол, лев, леопард).

После второй мировой войны туристическая индустрия распространяется по всему миру. Техническая революция в транспорте и коммуникациях сделала доступными для массового туризма самые отдаленные природные уголки. В семидесятые годы на смену путешествиям людей имущих приходит туризм населения со средним и даже невысоким достатком, развивается молодежный туризм – пешие, конные походы, горные восхождения, горнолыжный спорт, сплавы по рекам...

Все это привело к тому, что в туристическом бизнесе стал сосредотачиваться крупный капитал. Стремительный рост индустрии туризма повлек за собой концентрацию производства - возникли гостиничные цепи, началось строительство туристических центров...

Вкладывая значительные средства в развитие туризма, крупный капитал требовал максимальной прибыли за кратчайшие сроки. Природный ландшафт и местное население воспринимались при этом лишь как предпосылки, средство для достижения цели. Неудивительно, что результатом роста подобной массовой нерегулируемой посещаемости замечательных природных комплексов оказалось весьма негативное воздействие на них, а также на местную социо-культурную среду: уничтожались редкие растения, вырубались деревья, загрязнялись водоемы, вытаптывались почвы, исчезали или значительно сокращались популяции многих видов животных... Под угрозой оказались как дикая первозданность уникальных природных уголков, так и местные экономики, и культурные ценности «принимающих» стран.

Такое односторонне ориентированное развитие туризма - получившее название «жесткого туризма» – имело место за последние десятилетия во многих странах мира.

«Спасите Альпы! Сад на крыше Европы в опасности» - так назвал свою книгу, опубликованную в Вене в 1983 году, известный австрийский журналист Леопольд Люкшандерль.

Действительно, к концу 70-х годов хозяйственная и, прежде всего, рекреационная нагрузка на ландшафты Альп достигли чрезвычайных масштабов. Вот только некоторые темы и ситуации, с которыми знакомит читателей автор этой страстной книги, основанной на достоверных фактах и оценках того времени:

- «клозетный» подъем на Маттерхорн,
- индустриальные ландшафты в угоду массовому туризму,
- для возобновления растительности потребуется 500 лет,
- горы мусора в горах,
- половина европейцев жаждет иметь дачи в Швейцарии,
- свинец в рационе серн,
- 360 килограммов свинца на горе Гросглокнер,
- алюминиевая бомба в лесных почвах,
- проходной двор Европы - все дороги ведут в Рим,
- гибель крупных птиц,
- гость в ужасе повернет назад...

В эти годы казалось, что спасти уже почти нечего, а остановить безудержную экспансию могущественных монополий, стремящихся только к максимизации прибылей, невозможно. Но в эти же годы ученые и прогрессивные представители туристического бизнеса альпийских стран (прежде всего, это классик туристики Й.Криппендорф и отчасти Р.Юнгк) разработали



и стали воплощать в жизнь концепцию «мягкого туризма», противопоставив ее туризму жесткому, приносящему вначале колоссальные прибыли, но затем подрывающему самую основу и своего существования, и социально-экономического благополучия альпийских регионов.

В эти же годы пять альпийских стран приняли «Альпийскую конвенцию», определившую долгосрочную стратегию развития этого региона и механизмы управления развитием, обеспечивающие соблюдение экологического императива, приоритеты сохранения природного и культурного наследия альпийских регионов.

Так родилась и стала развиваться западноевропейская модель «мягкого» – природно-ориентированного, экологически и социально ответственного туризма. Различают две модели экотуризма - реализуемую преимущественно в ненарушенной природе (сформировалась в США и Канаде, наиболее полно воплотилась в Австралии, поэтому иногда называется австралийской) и реализуемую в культурном ландшафте и этот же ландшафт поддерживающую (западноевропейская модель) (А.В.Дроздов, 2002).

В шестидесятые годы XX в. возникает осознание глобальных последствий деятельности человека и общественное внимание к окружающей среде, особенно в индустриальных странах, необычайно возрастает. Огромную популярность приобретают телепередачи о природе и путешествиях. Возникает иная тенденция туризма, в противовес истощительным его формам. Появляются туры «по специальным интересам» – сафари для наблюдения за птицами, треки на верблюдах, пешие походы в интересные природные уголки под руководством квалифицированных гидов. В США даже развивается, в связи с угрозой глобального сокращения популяций китов, целая индустрия туров по наблюдению за ними. В 1966 году эта деятельность получила настолько широкий резонанс, что в результате давления общественности несколько видов китов были взяты под абсолютную охрану.

Данный период и знаменует рождение принципиально иного типа путешественника, удивительным образом сделавшего всю индустрию туризма более дружественной окружающей среде, – **эко туриста** (Ceballos-Lascurain, 1993).

В 1980 г. немецкий футуролог Роберт Юнгк ввел термин «мягкий туризм» (Сапрунова В.Б., 1997). В 1983 г. мексиканский экономист-эколог Гектор Цебаллос-Ласкурейн предложил термин «экологический туризм» («экотуризм») [Ceballos-Lascurain, 1996]. Таким образом, почти одновременно и в Старом, и в Новом Свете было сформулировано представление о *туризме, совместимом с экологическими и социальными требованиями, - ответственном перед природой, способствующем ее защите, повышающем экологическую культуру путешественников, выполняющем просветительскую функцию, бережно относящемся к традиционным культурам и местным сообществам.*

Итак, возникновению понятия «экотуризм» способствовало несколько тенденций.

Во-первых, туризм стал одной из крупнейших глобальных экономических активностей. Число посетителей охраняемых природных территорий по всему миру настолько возросло, что потенциальный ущерб, который они могли нанести природным экосистемам, стал вызывать серьезную озабоченность. В то же время, стало очевидно, что при рациональной организации туризм может обеспечить реальную финансовую поддержку охране природы и повысить значимость тех природных участков, которые должны сохраняться в первозданном виде. Специалисты в области окружающей среды стали посвящать немало исследований тому, как заставить туризм «работать» на охрану природы, чтобы таким образом охраняемые территории могли «платить за себя».

Во-вторых, стало очевидно, что успех природоохранных действий немыслим на основе одних лишь «запретительных» мер, особенно, если они направлены против интересов местного населения. Необходимо, чтобы местные жители стали партнерами в этой деятельности, и чтобы бережное отношение к природе было для них экономически выгодно. И опять-таки, ключевую роль в этом может сыграть туризм.



В-третьих, произошла смена приоритетов и в устремлениях туристов. Все больше людей, особенно в развитых индустриальных странах, стали стремиться из городов в уголки относительно ненарушенной природы. В противовес традиционному «пляжно-курортному» отдыху, возрос спрос на туры активно-познавательной направленности.

Так, на стыке важнейших природоохранных, экономических и социальных проблем современности возникла *концепция экологического туризма как одного из важнейших средств устойчивого развития природных территорий*.

## **1.2. Современная концепция экологического туризма**

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

По частоте упоминания в различных контекстах лишь немногие понятия могут сравниться с термином «экологический туризм». Из множества определений экотуризма наибольшее распространение в литературе получили следующие.

*«Экотуризм – это природо-ориентированный туризм, включающий программы экологического образования и просвещения и осуществляемый в соответствии с принципами экологической устойчивости»*. Национальная Стратегия экотуризма Австралии, Департамент туризма, Канберра, 1992.

Международный Союз охраны природы (МСОП) под экологическим туризмом понимает *«путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности»* (Ceballos-Lascurain, 1993a).

Сходное определение дает Международное общество экотуризма (The International Ecotourism Society): *«Экотуризм – это ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения»*.

Известно и определение *«туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения»*.

Существует и более простое определение: *«экотуризм – это природный туризм, способствующий охране природы»* (Всемирный Фонд дикой природы, Воо, 1990).

Итак, отличительные особенности экотуризма заключаются в том, что он стимулирует и удовлетворяет желание общаться с природой, предотвращает негативное воздействие на природу и культуру и побуждает туроператоров и туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию.

Таким образом, экотуризм является важным компонентом устойчивого развития природных территорий. Несложно заметить, что в основе большинства определений экотуризма содержатся или цель достижения устойчивости, или средства достижения этой цели, будь то «минимизация негативных воздействий на природную и культурную среду», «усиление экономической отдачи на благо охраны природы» или экологическое образование. Поэтому Крег Линдберг (Lindberg et al., 1998) предлагает использовать более простое и общее концептуальное определение: *«экотуризм – это устойчивый и природно-ориентированный туризм и рекреация»*. Устойчивость же в туризме подразумевает положительный общий баланс экологических, социально-культурных

и экономических воздействий туризма, а также положительное воздействие посетителей друг на друга. Таким образом, те виды туристической деятельности, которые имеют наиболее высокий суммарный положительный эффект с точки зрения экологии, экономики и социального развития, являются более устойчивыми.

Концепцию экотуризма можно представить в виде следующих базовых принципов (Steck, 1999):



Рис. 1.1

Таким образом, вместо «жесткого» определения современное понятие экотуризма можно свести к набору принципов, применимых к любым видам туризма, связанным с природой, в том числе и достаточно «массовым» (Вестерн, 1993).

#### Основные принципы экотуризма:

1. **Путешествия в природу**, причем главное содержание таких путешествий – знакомство с живой природой, а также с местными обычаями и культурой.
2. Сведение к **минимуму негативных последствий** экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды.
3. Содействие **охране природы** и местной социо-культурной среды.
4. **Экологическое образование** и просвещение.
5. **Участие местных жителей** и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы.
6. Экономическая эффективность и вклад в **устойчивое развитие** посещаемых регионов.

### Как этого достичь?

Тур является экологичным, если он удовлетворяет следующим принципам:

Принципы	Отличительные особенности экотуризма
<b>Сведение к минимуму негативных последствий</b> экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды	<ul style="list-style-type: none"><li>– Не превышаются предельно допустимые рекреационные нагрузки;</li><li>– Развитие туризма тщательно планируется, контролируется и управляется;</li><li>– Соблюдаются правила поведения, разработанные для посещаемых природных территорий;</li><li>– Экологичен транспорт, используемый туристами;</li><li>– Мусор не выбрасывается на общую помойку или свалку, но собирается специальным образом, удаляется с территории и поступает затем на экотехнологическую переработку;</li><li>– Привалы, бивуаки и костры устраиваются только в специально оборудованных местах;</li><li>– Не допускается покупка сувениров, сделанных из объектов живой природы;</li><li>– Грибы, ягоды, цветы, лекарственные растения, любые природные сувениры собираются только тогда и там, где это разрешено;</li><li>– Отели, кемпинги, кордоны, хижины, в которых останавливаются туристы, расположены так, что не нарушают нормальное, экологически устойчивое развитие окрестного ландшафта и не обезображивают его облик;</li><li>– Эти отели и кемпинги построены из экологически безвредных материалов, их обитатели не расходуют чрезмерно энергию и воду, при этом стоки и выбросы очищаются, иные отходы утилизируются. В идеале, используются «замкнутые» экотехнологии;</li><li>– Пища туристов экологически чиста и полезна, при этом в рационе присутствуют местные продукты.</li></ul>
<b>Содействие охране природы</b> и местной социо-культурной среды	<ul style="list-style-type: none"><li>– Туристическая деятельность обеспечивает источники дополнительного финансирования охраняемых территорий или природоохранных мероприятий;</li><li>– Участники туров принимают посильное участие в природоохранной деятельности (волонтеры, детские эколагеря и др.);</li><li>– Туристы с уважением относятся к местным культурным традициям, обычаям, укладу жизни, стремятся изучить и понять их;</li><li>– Развитие туризма способствует налаживанию сотрудничества ООПТ с местным населением, повышению общественного престижа ООПТ, расширению международных контактов ООПТ.</li></ul>
<b>Экологическое образование и просвещение</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Туристы заранее, еще до начала путешествия, получают информацию о природе и правилах поведения в месте проведения тура;</li><li>– Туристы четко осознают свою ответственность за сохранение природы, следуют правилам поведения на ООПТ;</li><li>– Туры и экскурсии обязательно предусматривают эколого-познавательный компонент;</li><li>– Туры проводят квалифицированные гиды-экологи;</li><li>– Объектами посещения являются интересные и экологически благоприятные природные и культурные ландшафты;</li><li>– В программу включается посещение учебных экологических троп, музеев природы и краеведческих музеев, экотехнологичных хозяйств и др.;</li><li>– Туристы знакомятся с местными экологическими проблемами и путями их решения, выполняемыми природоохранными проектами;</li><li>– Туристы доступными им способами участвуют в решении местных экологических проблем.</li></ul>

Принципы	Отличительные особенности экотуризма
<b>Участие местных жителей</b> и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Преимущественно используется местная продукция и рабочая сила;</li> <li>– Местные жители вовлекаются в туристический бизнес и получают возможность развивать свои традиционные формы хозяйства;</li> <li>– Доходы от экотуристической деятельности получают различные социальные слои и группы (принцип расширения воздействия), при этом сохранение природной среды становится экономически выгодным для местного населения.</li> </ul>
Экономическая эффективность и вклад в <b>устойчивое развитие</b> посещаемых регионов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Комплексный подход к развитию туристической деятельности;</li> <li>– Тщательное планирование, мониторинг и управление;</li> <li>– Интеграция экотуризма в местные планы регионального развития;</li> <li>– Тесное сотрудничество организаций различного профиля;</li> <li>– Доходы от туризма не изымаются целиком из местного бюджета, но способствуют его наполнению, поддержке местной экономики.</li> </ul>

Современное понимание экотуризма, ориентация на достижение устойчивости как конечного результата во многом заставляют пересмотреть традиционные представления о том, *какие виды путешествий являются экотуризмом*. При этом традиционные критерии - мотивация путешественников и объемы туристических потоков - безусловно, важны, но сами по себе не играют определяющей роли. Основной вопрос, который должны задать себе организаторы путешествий в природу: *какое воздействие на природную и культурную среду оказывают эти путешествия, к каким последствиям они приводят?*

Очевидно, экотуристскими не могут считаться такие путешествия, при которых выполняются лишь отдельные принципы экотуризма, и непосредственным результатом которых не является улучшение охраны природной среды. В работе Цебаллос-Ласкурейна (Ceballos-Lascurain, 1993) приводятся примеры, когда участники некоторых приключенческих туров углубляли свои познания о посещаемых природных территориях, но это еще не гарантировало положительного воздействия их путешествий. Так, количество туристов, приезжающих в Гималаи, с 1965 года увеличилось более чем в 25 раз. Местные жители стали активно вырубать лес на топливо туристам и многочисленным гостиницам. В результате на двух крупнейших охраняемых территориях, Аннапурна и Сагармата, нижняя граница леса поднялась на несколько сотен футов. Хребты, несколько лет назад утопавшие в зарослях рододендронов, превратились в бесплодные пустоши, тропы оказались замусорены, сократились популяции многих зверей и птиц. В другом районе Непала, Кхумбу, местные жители участвовали в туристической деятельности и получали доход. Однако «обратной стороной» этого процесса стало разрушение традиционной культуры и сложившейся системы занятости, социальное расслоение («богатые становились еще богаче, бедные – еще беднее»). Таким образом, хотя посетители считали себя экологическими туристами, на деле они таковыми не являлись, поскольку результатом их посещения стала деградация природы и культурной среды.

Многие путешествия по заповедникам и национальным паркам России, изначально планируемые как экотуристические, также имеют ряд серьезных промахов и недостатков. Например, нередко туристов доставляют к месту проведения тура вертолетами или лодками с бензиновыми моторами, пугающими животных и загрязняющими водоемы. Лишь немногие программы предусматривают активное вовлечение посетителей в природоохранную деятельность. Образовательный аспект в российском экотуризме развит пока еще слабо – чаще экскурсия или тур ориентируется только на демонстрацию достопримечательностей, экзотических «чудес» и «красот» природы, а не на постижение экологических проблем и активное участие в их решении.

В целом, «абсолютно положительных» примеров развития экотуризма не так много не только в нашей стране, но и во всем мире. Скорее, можно говорить об успешной реализации тех или иных конкретных принципов экотуризма. Примеры подобного рода будут приводиться в последующих главах.

Нередко задается вопрос: *может ли экотуризм быть массовым, или же это элитарный вид отдыха?*

Ранее экотуризм традиционно противопоставляли массовому туризму и определяли как лимитированный и, в некотором роде, эксклюзивный природный туризм. Однако, исходя из современной концепции экотуризма, это не всегда оправдано. Как справедливо замечает Вестерн (Western, 1993), если ограничиться таким узким определением, экономическое и природоохранное воздействие туризма во многих случаях оказывается несущественным. Так, например, участники туров по наблюдению за птицами (бердвочеры, от английского birdwatchers), могут руководствоваться самыми благими природоохранными намерениями. Но, если за сезон их приезжают считанные единицы, это не обеспечит серьезной экономической альтернативы рубкам лесов, экспансии сельхозугодий и поселений. В то же время в более «массовых» видах природного туризма, при условии их продуманной и «грамотной» организации, таится немалый потенциал. Одним из наиболее ярких примеров является национальный парк Амбосели в Кении. За год его посещают более четверти миллиона посетителей. Это приносит в десять раз больше доходов, нежели получало местное племя масаев за счет скотоводства. Доходы от туризма - при условии, что существенная их часть остается в регионе - создают экономические ресурсы для сохранения природных экосистем.

Таким образом, для охраны природы *реально значимы не масштабы туризма или мотивация путешественников, а воздействие, которое оказывает их путешествие.* А это, в первую очередь, определяется тем, *как организовано путешествие.* Десять посетителей могут нанести больше вреда, чем сто, если их маршрут не надлежащим образом спланирован и организован. В то же время, во многих национальных парках тысячи туристов, которые приезжают на несколько дней, платят взносы за посещение специально оборудованных визит-центров и экотроп, не наносят существенного вреда и обеспечивают доходы для охраняемых территорий и местных жителей. Поэтому они могут считаться экотуристами в той же степени, что и маленькие группы посетителей, совершающие сложные многодневные походы в дикой природе с рюкзаком за плечами и ночлегом в палатках.

### ***Почему в мире растет популярность экотуризма?***

Наибольший объем спроса на экологический туризм в странах-поставщиках туристов отмечают в Северной Америке и Западной Европе (прежде всего Германии), а также в Австралии и Новой Зеландии. В некоторых странах большое значение имеет также спрос на экотуризм на внутреннем рынке (например, Таиланд, Индонезия).

На основании опросов туроператоров и туристов, начиная с 1989 года, американские исследователи отмечают как бурный рост количества туров, предпринимаемых с познавательными целями, так и то, что среди них наиболее популярен природный туризм.

По различным оценкам, ежегодно в мире количество экотуристов увеличивается на 7–20%. Таким образом, экотуризм является одним из наиболее быстро растущих секторов мировой туристической индустрии.

По мнению американских исследователей, возрастание спроса на экотуризм определяют три главных фактора:

- общий рост объемов туризма;
- возрастающая популярность «путешествий со специальными интересами»;
- подъем общественного внимания к проблемам сохранения окружающей среды.

В свою очередь, общий рост туризма обусловлен ростом населения, возрастанием доходов и занятости, сокращением рабочей недели во многих частях мира, возрастающей глобализацией мировых экономик и обществ.

В основе спроса на «путешествия со специальными интересами» лежит одна важная тенденция. В результате научно-технического прогресса индустриальные страны Запада уже достигли

такой стадии, когда «движущей силой экономического роста является не стремление потреблять больше товаров, а желание «живых впечатлений и опыта» (American Demographics, в Ziffer, 1989). Поэтому в последнее время туристы все больше стремятся к такой форме путешествий, которая бы способствовала их личностному росту и обогащению новыми знаниями о природе и человеке.

«Мода» на активный отдых на открытом воздухе, возрастание заботы о здоровье и поддержании физической формы заставили людей пересмотреть свое отношение к тому, как следует проводить отпуск. К этому времени многие традиционные «пляжно-курортные» районы достигли «точки насыщения»; клиентам, стремящимся побыть вдали от городской суеты, туроператоры стали предлагать новые экзотические места и виды отдыха. Отсюда небывалая популярность туров с «образовательным компонентом» – от уроков кулинарии во Франции до «духовных треков» в Тибете.

Подъем внимания к вопросам сохранения окружающей среды, пожалуй, самый важный фактор, обусловивший спрос на экологический туризм за последние десятилетия во многих западных странах. Туристы торопятся увидеть уголки дикой природы, которые, возможно, через несколько лет исчезнут с лица Земли. В последнее время многие из них стремятся не просто быть сторонними наблюдателями, но и внести свой личный вклад в их сохранение. Они признают связь между доходами от туризма и охраной природы, и для них очень привлекательна мысль о том, что их визит содействует охране уникальных природных уголков или развитию местных поселений. И именно «принимающие» страны могут и должны создать для этого соответствующие возможности и условия.

### ***Взаимосвязь экотуризма и других типов путешествий в природу***

Когда Гектор Цебаллос-Ласкурейн в 1983 году ввел термин «экотуризм», существовало (и существует поныне) более 30 в той или иной степени родственных и взаимосвязанных понятий и терминов. Приведем несколько наиболее известных из них и рассмотрим, в чем состоят их общие черты и отличия от экотуризма.

***Природный туризм*** (nature tourism, nature-based or nature-oriented tourism) – любые виды туризма, которые непосредственно зависят от использования природных ресурсов в их относительно неизменном состоянии, включая ландшафты, рельеф, воды, растительность и диких животных (Healy, 1998). В качестве разновидности природного туризма иногда выделяют ***биотуризм*** (wildlife tourism) и ***путешествия в дикую природу*** (wilderness travel), целью которых могут быть любые объекты живой природы, от отдельных видов до сообществ и биоценозов.

В отличие от туризма экологического, понятие «природный туризм» основывается лишь на мотивации туристов (отдых в дикой природе, знакомство с ней) и характере их деятельности (сплавы, треккинг и т.п.) и не учитывает экологическое, культурное и экономическое воздействие таких путешествий. Поэтому далеко не всегда использование природных ресурсов при таком виде туризма является разумным и устойчивым (достаточно упомянуть такие его виды, как охота, путешествия на моторных лодках и др.).

Таким образом, становится ясным отличие между туроператорами, предлагающими «традиционные» туры в природу, и организаторами туров экологических. Первые не берут на себя обязательств по охране природы или управлению природными территориями, они просто предлагают клиентам возможность побывать в экзотических местах и познакомиться с культурами коренных народов «до того, как они исчезнут». Вторые устанавливают партнерские отношения с охраняемыми территориями и местными жителями, стремятся к тому, чтобы их бизнес вносил реальный вклад в охрану дикой природы и развитие местных поселений в долгосрочной перспективе. Они стараются улучшить взаимопонимание между туристами и местными жителями (Wallace, 1992).

Экотуризм - это комплексная концепция, подразумевающая неистощительное использование и сохранение биоразнообразия для будущих поколений, планирование и управление туристической деятельностью; помимо интересов туристов, он подразумевает достижение общественных целей (Ziffer, 1989). Природный туризм – это не концепция, а конкретные виды туризма, воздействие которых может быть очень различным.

Нередко экотуризм связывают с *приключенческим туризмом* (adventure tourism). Однако экологический туризм не всегда подразумевает приключенческий компонент. С другой стороны, далеко не все приключенческие туры соответствуют экологическим критериям, особенно в аспекте устойчивого использования ресурсов. Так, антиэкологичными могут быть, например, спортивные и сафари-туры, сопряженные с добычей живых трофеев или достижением спортивного результата любой ценой, скажем, использованием срубленных живых деревьев для сооружения переправ.

*Зеленый сельский туризм*, или *агротуризм* (agrotourism), особенно популярный в США и странах Западной Европы, - отдых в сельской местности (в деревнях, на хуторах, в удобных крестьянских домах). Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях.

«Зеленый» туризм (green tourism) подразумевает применение в туристической индустрии экологических методов и технологий.

В немецкоязычных странах прилагательное «экологический» употребляется весьма редко, а в определениях «зеленых» отраслей туризма практически не используется. Там наиболее широкое распространение получил термин **«мягкий туризм»** («Sanfter Tourismus»), или «экологически и социально ответственный туризм». Этот термин, как альтернативу индустриализованному массовому туризму, предложил в 1980 году Р. Юнгк (R. Jungk). Обычно мягкий туризм противопоставляется жесткому, главной целью которого является максимизация прибыли, по ключевым принципам, свидетельствующим о том, что для мягкого туризма приоритетны не только успешный бизнес, но и забота о культурном благополучии туристских регионов, щадящем использовании и воспроизводстве их ресурсов, минимизация ущерба окружающей среде.

#### **Сопоставление особенностей «мягкого» и «жесткого» туризма по Р. Юнгку (с дополнениями, А. В. Дроздов, 2002)**

«Жесткий» туризм	«Мягкий» туризм
Массовость	Индивидуальные и семейные туры, поездки в кругу друзей
Кратковременные поездки	Продолжительные путешествия
Быстрые средства передвижения	Медленные и умеренно быстрые средства передвижения
Заранее согласованная программа	Спонтанные решения
Мотивация «извне»	Мотивация «изнутри»
Импорт стиля жизни	Стиль жизни в соответствии с культурой посещаемой страны
«Достопримечательности»	«Впечатления»
Комфорт и пассивность	Активность и разнообразие
Предварительная интеллектуальная подготовка к поездке невелика	Страна - цель путешествия изучается заранее
Турист не владеет языком страны и не стремится его узнать	Язык страны изучается заранее – хотя бы на простейшем уровне



«Жесткий» туризм	«Мягкий» туризм
Турист приезжает в страну с чувством хозяина, которого «обслуживают»	Путешественник познает новую культуру
Покупки утилитарны (шопинг) или стандартны	Покупки - это памятные подарки для семьи и друзей
После поездки остаются только стандартные сувениры	После поездки остаются новые знания, эмоции и воспоминания
Турист покупает открытки с видами	Путешественник рисует с натуры или фотографирует сам
Любопытство	Тактичность
Громогласность	Спокойная тональность

*Источник: Junk R., Wieviel Touristen pro Hektar Strand? GEO, Heft 10, 1980, s.154-156*

По мнению ряда авторов, понятие «мягкий туризм» близко к «зеленому туризму» и характеризуется природопользованием, не приводящим к деградации ресурсов, поскольку для восстановления и охраны последних используется часть выгод от его развития. Он охватывает самые разнообразные сферы туризма, от гостиничного хозяйства, авиалиний и других видов транспорта до туров по охраняемым природным территориям. В данном случае их объединяет ответственное отношение к охране окружающей среды, в частности, использование экологических технологий.

В системе «мягкого туризма» важнейшим компонентом является не просто турист, но сознательный, подготовленный турист.

Более широким понятием является **устойчивый туризм** (sustainable tourism). Согласно определению ВТО и Всемирного Совета по туризму и путешествиям (WTTC), «устойчивый туризм отвечает потребностям как туристов, посещающих туристические центры, так и населения последних; кроме того, он предполагает обеспечение и оптимизацию перспектив будущего развития. Ресурсы используются таким образом, чтобы удовлетворить экономические, социальные и эстетические потребности, но при этом сохранить культурную уникальность, важнейшие экологические особенности, многообразие биологических видов и жизненно важные системы».

«Устойчивый туризм должен соответствовать критериям социальной, культурной, экологической и экономической совместимости. Устойчивый туризм - это тот туризм, который в долгосрочной перспективе, т.е. в проекции на современное и будущие поколения, может адаптироваться к конкретным этническим и культурным особенностям, отвечает требованиям социальной справедливости, экологически совместим, а также целесообразен и выгоден в экономическом плане.» (Определение форума «Окружающая среда и развитие»).

По определению Travis и Ceballos-Lascurain, это туризм, который подразумевает неограниченно долгое поддержание ресурсов, на которых базируется. De Kadt (1992b, цитируется по Ceballos-Lascurain, 1993) использует понятие устойчивого туризма в более широком контексте: «все типы туризма, основанные как на природных, так и искусственных ресурсах, которые вносят вклад в устойчивое развитие».

Устойчивый туризм - общая концепция, подходящая для всех видов туризма (не только природно-познавательного).

**Десять принципов устойчивого туризма**, принятых Шведским агентством по защите окружающей среды:

- Неистощительное, устойчивое использование природных ресурсов;
- Сокращение избыточного потребления и отходов;
- Обеспечение сохранения природного, социального и культурного разнообразия;
- Тщательное планирование, комплексный подход, интеграция в планы регионального развития;
- Поддержка местных экономик;

- Участие местного населения в развитии туризма и разделение финансовых и других преимуществ от этой деятельности;
- Консультирование заинтересованных лиц и общественности;
- Обучение персонала;
- Ответственный маркетинг туризма.

Таким образом, можно сказать, что экотуризм лежит «на пересечении» природо-ориентированного и устойчивого туризма.

Взаимосвязь между перечисленными типами туризма иллюстрирует рис. 1.2 (Штрасдас, 2001):

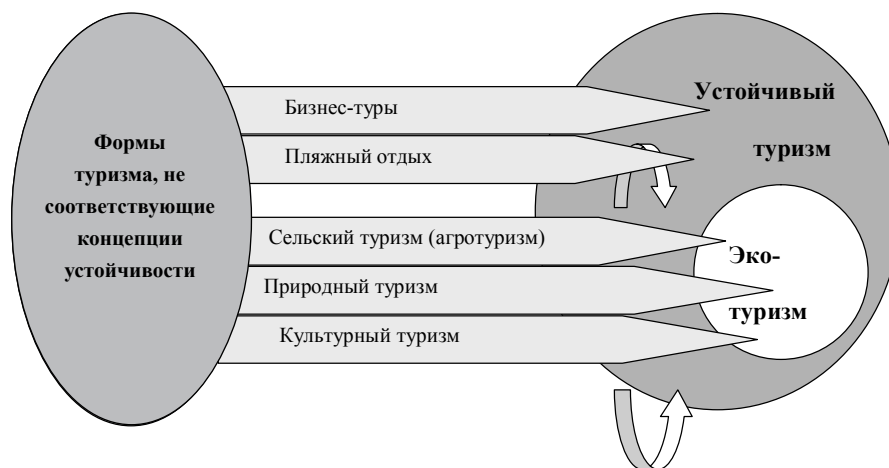


Рис. 1.2

Таким образом, несмотря на все многообразие видов и форм, экологический туризм отличают следующие особенности:

- 1) путешествия в места, где сохранилась относительно нетронутая природа и традиционная культура,
- 2) тщательное планирование, мониторинг и управление с целью недопущения деградации природной и культурной среды,
- 3) всемерное содействие охране природы посещаемых регионов,
- 4) детальное знакомство с местными природными и культурно-этнографическими особенностями,
- 5) сотрудничество с местным населением,
- 6) создание экономических условий для природоохранной деятельности.

Экотуризм сегодня – это комплексное, междисциплинарное направление, обеспечивающее взаимосвязь интересов туризма, охраны природы и культуры, и его роль может быть весьма существенна. Поистине, экотуризм стал явлением, характеризующим конец двадцатого столетия, и, по всей видимости, также двадцать первого...

### 1.3. Виды экотуризма

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

При условии адекватного планирования, организации и управления, к экологическому туризму можно отнести чрезвычайно широкий спектр деятельности – от длительных научных экспедиций до кратковременного отдыха на природе в выходные дни. Все это многообразие можно условно

классифицировать по различным критериям, в частности, по группам путешествующих, главным объектам посещения, видам туристской деятельности, продолжительности пребывания и др.

Основными *объектами* экотуризма в его классически-природоохранной узкой трактовке считаются относительно ненарушенные природные комплексы или отдельные их элементы. Нередко объектами познавательного или научного экотуризма становятся отдельные наиболее «популярные» и примечательные биологические виды, так называемые виды-флагманы, например, слоны, львы, крупные виды копытных в Восточной Африке, тигры в Азии. Ярким примером подобного рода являются горные гориллы в Руанде, для охраны которых был создан национальный парк Дес Волканс. Экотуристов привлекают и уникальные объекты неживой природы, геоморфологические, гидрологические и другие особенности (отдельные горы и каньоны, пещеры, водопады, озера и реки, и др.), а также палеонтологические находки. Объектами экотуризма могут быть экзотические растительные сообщества и биоценозы в целом, например, тропические леса, цветущая тундра летом или пустыня весной.

Кроме этого, *объектами* экотуризма могут быть культурные, этнографические, археологические и исторические достопримечательности, а также природно-антропогенные (культурные) ландшафты в целом, что особенно характерно для экологических туров в их широкой трактовке.

В англоязычных странах по *специфике занятий* условно выделяют научный, познавательный и рекреационный туризм.

Здесь необходимо пояснить, что в странах Запада туризм по отношению к рекреации является более широким понятием. Иначе говоря, рекреация в понимании западных специалистов - это часть туризма. Российская научная традиция и практика, напротив, трактуют рекреацию как понятие более широкое, чем туризм. Действительно, рекреационные занятия это сугубо кратковременные занятия широкого спектра, продолжительностью менее суток, и уже поэтому они не подпадают под определение туризма, принятое ВТО.

К *научному* экотуризму обычно относят экспедиции ученых, летние полевые практики студентов и иные путешествия, включающие сбор научной информации о посещаемом регионе. Научный туризм обычно составляет относительно небольшую долю в общем экотуристическом потоке, однако роль его может быть достаточно велика. В частности, он может существенно пополнить информацию о малоизученных районах и объектах. Полученная информация может быть полезна не только для развития науки, но и для дальнейшего развития в регионе экотуризма на устойчивой основе. Этот вид туризма может содействовать расширению научных и образовательных связей между различными странами, положить начало важным международным проектам, осуществляемым на гранты благотворительных фондов. Многие российские заповедники считают научный туризм одним из наиболее предпочтительных для них (и наиболее простых в организации) видов международного экотуризма. Некоторые зарубежные охраняемые территории для проведения полевых исследований, не требующих высокой квалификации, все чаще используют помощь «простых» туристов – волонтеров. Так, например, во время путешествия по Коста Рике многие экотуристы охотно занимаются картированием и охраной мест кладок редких видов черепах, учетом численности птиц и млекопитающих.

*Познавательный* экотуризм – это «экотуризм в классическом понимании». Его разновидностями можно считать туры по наблюдению птиц (бердвотчинг – от английского birdwatching), китов или экзотических бабочек, ботанические экскурсии, археологические, этнографические и палеонтологические путешествия, экосафари, туры для любителей видео- и фотосъемки.

Основной целью *рекреационного* экотуризма является отдых на природе, хотя, безусловно, он также преследует определенные познавательные цели. Такой туризм может быть *активным* (являясь разновидностью «приключенческого» туризма) и *пассивным*. К его активным формам не-

редко относят пешие, конные и лыжные походы, альпинизм, спелеотуризм, многие виды горных и водных путешествий (сплав на катамаранах и плотах, байдарки, каноэ). Пассивными формами рекреационного туризма могут, например, считаться отдых в палаточных лагерях, ближние походы и прогулки, пикники. К категории пассивного рекреационного туризма можно также отнести рыбалку и сбор даров природы, осуществляемые на принципах экологической устойчивости.

Некоторое представление о множестве форм экотуризма и о связях между ними дает рис. 1.3.

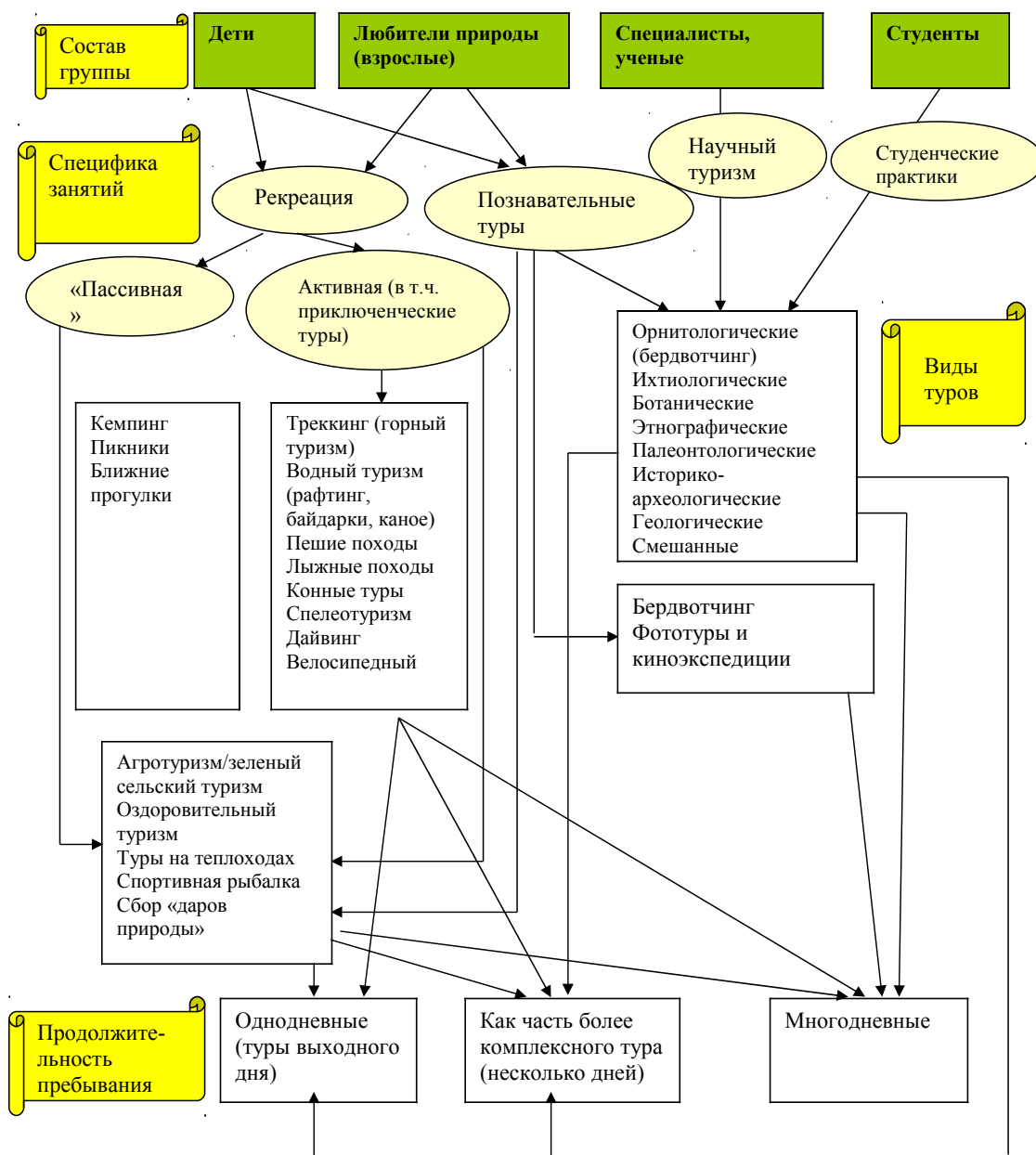


Рис. 1.3. Некоторые виды экотуризма и связи между ними

Вообще говоря, выделение всех этих категорий экотуризма, особенно в странах Запада, достаточно условно. Иногда бывает очень трудно провести четкую грань между различными видами экотуризма, например, познавательным и рекреационным (если, вопреки сложившимся в России системе представлений и терминологии, выделять такую форму туризма). Тем не менее учет особенностей разных форм экотуризма может быть очень полезным для того, чтобы определиться, с какими категориями посетителей вы хотели бы работать и какие из них наиболее соответствуют специфике вашей территории.

В этих целях можно предложить несколько более строгую классификацию видов и форм экотуризма, нежели представленная на рис. 1.3. (Дроздов А.В., 2002).

В этой классификации, построенной по иерархическому принципу, экологический туризм относится к типу (группе видов) природно-ориентированного туризма.

По этому определяющему критерию экотуризм отличается от таких его типов, как туризм деловой, конгрессный, и др.

Все многообразие видов экотуризма целесообразно разделить на два его основных класса:

– *Экотуризм в границах особо охраняемых природных территорий (акваторий) и в условиях «дикой», ненарушенной или мало измененной природы*. Разработка и проведение таких туров – классическое направление в экотуризме; соответствующие туры являются экотурами в узком значении данного термина, их можно отнести к «австралийской или северо-американской» модели экотуризма.

– *Экотуризм вне границ особо охраняемых природных территорий и акваторий, на пространстве окультуренного или культурного ландшафта (чаще всего сельского)*. К этому классу туров можно отнести весьма широкий спектр видов экологически ориентированного туризма, начиная с агротуризма и вплоть до круиза на комфортабельном лайнере; этот тип экотуров можно отнести к «немецкой» или к «западно-европейской» модели.

Как было сказано выше, экологические туры можно классифицировать по многим признакам – по способу передвижения, по составу участников, по продолжительности, по отношению к границам страны проживания туристов и т.д. Однако наиболее существенными следует считать два видовых признака – его цель и его объект.

По основной *цели* тура можно различать следующие виды экотуров:

– наблюдение и изучение «дикой» или «окультуренной» природы с обучением экологическим знаниям;

– отдых в окружении природы с эмоциональными, эстетическими целями;

– лечение природными факторами;

– туры со спортивными и приключенческими целями.

По основному *объекту*, в значительной мере определяющему содержание программы тура и отчасти форму его организации, различаются такие виды экотуров:

– ботанические, зоологические, геологические и тому подобные туры;

– эколого-этнографические или археологические, эколого-культурные туры;

– агротуры;

– спелеологические, водные, горные туры и т. п.

Разумеется, цели тура и его объекты связаны между собой; оба главных видовых признака нельзя считать абсолютно независимыми основаниями классификации (в реальной программе тура его цели и объекты часто сочетаются и совмещаются). Тем не менее каждый организатор и участник тура может определить его главные особенности и отнести каждый конкретный тур к тому или иному виду.

Наконец, весьма важным классификационным признаком для выделения форм экотуров являются возраст и состояние здоровья участников (во многих странах с развитыми традициями экотуризма существуют, например, специальные туры для инвалидов), а также численность групп. Вполне понятно, что содержание программ туров и их организационные особенности будут принципиально различными для детских походов и для экспедиций, рассчитанных на взрослых людей, равно как для малых компактных и для больших групп участников.

### Иерархическая классификация экотуров (А.В. Дроздов, 2002)

Иерархический уровень	Категории
Тип	Природно-ориентированный
Классы	1. Экотуры в «дикой» природе, в границах охраняемых территорий. 2. Экотуры вне границ охраняемых территорий, на пространстве культурного ландшафта
Виды	1. По основной цели (см. выше) 2. По основному объекту (см. выше)
Формы	1. По возрасту участников (дети и взрослые) 2. По состоянию их здоровья (с ограничениями и без ограничений) 3. По численности групп (малые и большие)

Можно полагать, что эта лаконичная классификация достаточно удобна для выявления главных содержательных и организационных особенностей экотуров, учитывать которые особенно важно при их планировании и проведении. Так, экотуры первого класса требуют непременно участия профессиональных гидов, ответственных за соблюдение строгих правил поведения туристов, предписываемых режимом охраняемых территорий. Участникам же экотуров второго класса во многих случаях предоставляются возможности довольно свободного поведения – разумеется, при соблюдении известных ограничений. Кроме того, организация экотуров первого класса не предполагает обеспечения туристов весьма развитой инфраструктурой размещения и обслуживания, в то время как экотуры второго класса организуются обычно с более высоким уровнем комфорта. Точно так же виды экотуров с заранее обозначенными четкими основными целями и объектами посещения требуют более специального планирования и обеспечения, чем, например, агротур под девизом «отдых в крестьянском доме».

Следует отметить близость экологических туров к весьма популярным прежде в России формам самодельного туризма. Однако, некоторые самодельные туры могут быть антиэкологичными – как, например, самодельные спортивные и сафари-туры, сопряженные с добычей живых трофеев или с достижением спортивного результата любой ценой - скажем, с использованием срубленных живых деревьев для сооружения переправ.

В целом, для развития экотуризма в последние годы характерны несколько тенденций.

С одной стороны, экотуризм становится все более разнообразным, постоянно возникают его новые виды. С другой, возрастает его интеграция с иными отраслями туристической индустрии. Приверженцы классически-природоохранного экотуризма в его узкой трактовке, обеспокоенные возросшим негативным влиянием значительных потоков экотуристов, призывают к выходу экотуризма за пределы охраняемых территорий, на пространство культурных ландшафтов; в свою очередь, в массовых видах «курортного» или «экскурсионного» туризма появляются элементы туризма экологического, например, кратковременные посещения национальных парков и других природных территорий (Ceballos-Lascurain, 1986).

#### **1.4. Экологический турист – кто он?**

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

Вплоть до начала 21 века анализ особенностей экотуристов опирался в первую очередь на данные по Северной Америке – профиль экотуристов из Европы, равно как из Японии и новых индустриальных стран, оставался изученным недостаточно. Практически не проводились

широкомасштабные исследования общемирового рынка экотуризма. Существуют лишь маркетинговые исследования отдельных туристических регионов (например, Коста-Рика, Белиз, Кения). При этом имеющиеся исследования концентрируют внимание на участниках туров, организуемых туроператорами и реализуемых как единый пакет услуг, сегменту же индивидуального туризма уделяется недостаточно внимания (Strasdas, 2001).

В рамках подготовки к Международному году экотуризма – 2002 по поручению Всемирной туристской организации (ВТО) были проведены маркетинговые исследования рынков Европы (Австрии, Франции, Германии, Испании, Италии, Великобритании), Канады и США. Ниже приводятся некоторые результаты этих работ.

Целенаправленные исследования профиля экотуристов в России практически не проводились. В 2009 г. был проведен опрос руководителей федеральных заповедников и национальных парков нашей страны, который позволил получить некоторую информацию о посетителях этих охраняемых природных территорий – их количестве, основных целях посещения, социально-демографических характеристиках. Результаты этого исследования подробно рассматриваются в главе 3.1.

Участники экологических туров – кто они, к чему стремятся, и чем руководствуются при выборе путешествий? Понимание этих вопросов необходимо и представителям турбизнеса, и специалистам в области охраны природы, и тем, кто занимается планированием социально-экономического развития регионов. Это позволяет более эффективно создавать туристический продукт и «доносить» его до потребителя, увеличивать финансовые поступления и управлять туризмом так, чтобы избежать его негативных последствий.

В США была проведена серия социологических исследований, которые выявили пять основных мотиваций, на основании которых клиенты выбирают познавательные и приключенческие природные туры:

- улучшение физической формы и здоровья;
- неформальное общение;
- новые впечатления и приключения;
- познание себя и природы;
- «бегство» от городской тесноты и стрессов.

**Мотивации американцев при выборе туров «по специальным интересам»  
по данным социологических обследований  
(по К. Ziffer et al. Ecotourism: The Uneasy Alliance. 1989)**

<p><b>Впечатления\приключения</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Стремление к новым впечатлениям</li> <li>– Стремление побывать в новых местах</li> <li>– Знакомство с новыми ландшафтами\искусством\культурой</li> <li>– Дух «соревновательности»</li> <li>– Тяга к приключениям (желание испытать чувство риска)</li> </ul>	<p><b>Социальные аспекты</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Не хотят путешествовать в одиночку (неженатые и незамужние туристы также не хотят путешествовать по маршрутам, ориентированным на семьи)</li> <li>– Желание встретить интересных людей со сходными интересами</li> <li>– Поиск персональных связей с небольшими группами (семья, друзья, коллеги или незнакомые люди)</li> <li>– Развлечения и отдых</li> </ul>
<p><b>Личностный рост</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Интеллектуальные потребности</li> <li>– Образовательные цели</li> <li>– Эмоциональные потребности (стремление побыть в одиночестве)</li> <li>– Духовные потребности</li> </ul>	<p><b>Забота о здоровье и физической форме</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Стремление к активному отдыху</li> <li>– Улучшение здоровья</li> <li>– Стремление к новым достижениям, «преодоление себя»</li> <li>– Избавление от стрессов</li> </ul>

По степени преобладания тех или иных мотиваций американские исследователи выделяют различные подгруппы туристов.



## Основные психологические типы американцев, путешествующих в природу

(Адаптировано по: Karen A. Ziffer et al. Ecotourism: The Uneasy Alliance. 1989)

Категории туристов (на основе их доминирующих мотиваций)	Новые впечатления, соревновательность	Природа и активный отдых	Забота о здоровье, общение	Поддержание физической формы	Не подвержены стрессам и без четких мотиваций
Главная мотивация	- Спорт; - Тяга к приключениям (испытать чувство риска)	- Общение с природой; - Возможность побыть в одиночестве	- Здоровье; - Поддержание физической формы	- Поддержание бодрости и физической формы	- “бегство от цивилизации”
Второстепенные мотивации	- Общение; - Поддержание физической формы	- Общение; - Не любители риска	- Общение; - Нет стремления к активным развлечениям	- Менее выраженное стремление к общению и активным развлечениям	- Общение
Процент от взрослого населения США	16%	33%	33%	10%	8%
Средний возраст	32	35	49	46	49
Процент мужчин	66%	50%	33%	44%	50%
Примечания	45% молодых людей, не обремененных семьей	Работают и отдыхают “в полную силу”		Наиболее высокое социально-экономическое положение	

Как видно из следующей таблицы, степень участия тех или иных категорий в различных видах туризма существенно различается.

(По Ziffer et al., 1989)

Предпочтительные виды деятельности	Новые впечатления, соревновательность	Природа и активный отдых	Забота о здоровье, общение	Поддержание физической формы	Не подвержены стрессам и без четких мотиваций
Дальние походы	3%	10%	2%	2%	1%
Походы одного дня	9%	17%	9%	11%	6%
Отдых в палаточных лагерях	8%	15%	6%	4%	3%
Другие виды кемпинга	3%	7%	3%	2%	2%
Водный туризм (каное\каякинг\рафтинг)	4%	7%	3%	4%	2%
Природа\наблюдение птиц (бердвотчинг)	7%	19%	14%	18%	10%

Таким образом, подгруппа американцев, для которых доминирующей мотивацией является «природа и активный отдых» – наиболее вероятные участники экотуров. Именно они, для кого общение с природой является главной мотивацией при выборе путешествий, представляют основную долю рынка экотуризма. В дополнение, специалисты в области маркетинга выделяют

еще одну, во многом «перекрывающуюся» с этой, подгруппу – «путешествия со специальными интересами в области природы» (nature-based specialty travel), иными словами, специализированные туры в природу. Интересно отметить, что к этой группе принадлежит более трети всех взрослых американцев (тогда как, для сравнения, любители «пляжного отдыха» составляют лишь 20%).

Что же касается немецких туристов, то доминирующим мотивом при выборе путешествий у них чаще всего является: «отключиться (расслабиться)», «уйти от повседневности». Однако, если рассматривать мотивировку внутри группы путешествующих с познавательными и образовательными целями, то на передний план выдвигаются: «расширить горизонт» (79,8%), «познакомиться с другими странами» (76,3%), «приобрести новые впечатления» (74,8%), «сделать что-нибудь полезное для культуры и образования» (31%). У этой группы отмечается очень большая восприимчивость к новому (по материалам российско-германских конференций по экотуризму).

### ***«Портрет идеального экотуриста»***

Несмотря на огромное разнообразие видов деятельности экотуристов, их объединяют некоторые общие особенности. Во время путешествий они стремятся испытать что-либо новое и значимое. Они выбирают такие туры, которые дают возможность развития, самосовершенствования, а также познания и приобретения нового опыта. Они любят активный отдых, но не являются сторонниками экстремальных условий и предпочитают достаточно «мягкие» туры. Кроме этого, они ценят возможность уединения, поэтому очень важно избегать превышения эстетической рекреационной емкости.

Поскольку главное, что их привлекает – дикая природа без следов вмешательства человека, экотуристы менее других требовательны к комфорту. Так, более 80% посетителей природных парков Латинской Америки были вполне удовлетворены своим путешествием, несмотря на отсутствие или примитивность инфраструктуры (Boo, 1990). Хотя некая базовая инфраструктура и набор услуг им, безусловно, необходимы, экотуристы не нуждаются в размещении, питании и развлечениях по западным стандартам роскоши. Они охотно употребляют блюда местной кухни, пользуются услугами местных жителей, с большим интересом относятся к местным условиям и обычаям. По данным исследований, проведенных в Латинской Америке (Boo, 1990), в общей сложности такие туристы проводят в регионе меньше времени, но при этом «оставляют» больше денег, нежели «обычные» туристы. Все это делает их достаточно желанными гостями на охраняемых природных территориях. Поэтому рекомендуется специально учитывать потребности этой группы путешественников при организации и маркетинге экотуризма.

Как упоминалось ранее, наиболее «классическими» экотуристами являются специалисты и увлеченные любители природы, для которых познавательные туры в природу и посещение охраняемых территорий являются основной целью приезда в страну.

### ***Типология участников природных и эко-туров***

С другой стороны, не обязательно ограничивать рынок экотуризма исключительно экотуристами. В частности, дополнительные возможности могут представлять участники других видов «туров со специальными интересами» (культурных, историко-этнографических и др.). Изначально посещение охраняемых территорий не является для них главной целью путешествия, но их можно увлечь (и привлечь). В некоторых случаях, бизнесмены, находящиеся в регионе в командировке, и другие туристы с более общими интересами могут представлять потенциальный рынок для «дополнительного» экотуристического бизнеса.

Перефразируя известное изречение, можно сказать, что «экотуристами не только рождаются, ими еще и становятся», т.е. перспективы для этого вида деятельности можно и нужно создавать специально. Поэтому для того, чтобы наиболее полно реализовать преимущества экотуризма, специалисты рекомендуют работать с разными категориями потенциальных посетителей, которые, возможно, пока даже незнакомы с концепцией экотуризма (Whelan, 1991).



Рис. 1.4. «Портрет идеального экотуриста»

Выделяют четыре основных типа участников туров в природу, исходя из их целей и характера их деятельности:

– «Высоко специализированные (специалисты)»: ученые или участники специализированных туров (эколого-образовательных и научных – орнитологических, ботанических, этнографических, археологических и др.);

– «Увлеченные»: туристы, которые целенаправленно приезжают на охраняемые территории с целью познания местной природы и культуры;

– «Основной поток»: туристы, главной целью которых является просто «необычное путешествие» (например, по Амазонке или в парк горных горилл в Руанде);

– «Случайные»: туристы, для которых посещение природных уголков является случайной частью более обширного тура.

Однако, такое подразделение отнюдь не абсолютно – один и тот же турист в разные периоды и при разных обстоятельствах может попадать в различные категории. Тем не менее, эта простая классификация может быть весьма полезна, в частности, при планировании или маркетинге экотуризма.

Сходную типологию участников природных туров предлагает Штрасдас (2001):

Тип	Основные интересы	Первозданность природы	Требования к гидам	Стандарты комфорта	Потенциал спроса
«Энтузиаст природного туризма»	Познание природы, специальные интересы	Очень важна	Специальные знания по экологии	Невысокие	Небольшой
«Турист, интересующийся природным туризмом»	Познание природы, экологические взаимосвязи	Важна	Хорошие знания по экологии	От невысоких до высоких	Средний
«Турист, по случаю интересующийся природным туризмом»	Легко достижимые («очевидные») природные достопримечательности	Не очень важна	Общие знания по экологии	Высокие (индустр. страны); низкие (развив. страны)	Высокий
Турист, интересующийся спортом (приключениями)	В центре внимания – активный отдых	Природа важна как общий фон	Знания местности и техники	Низкие	От среднего до высокого (подводное плавание)
Турист-охотник (рыболов)	В центре внимания – активный отдых	Природа важна как общий фон	Знания местности и техники	От низких до весьма высоких	От низкого до существенного – в зависимости от региона
Турист, интересующийся природой и культурой	Познание природы и культуры	Важна	Хорошие знания по экологии и очень хорошие – по культуре	Низкие	Средний

### *Социо-демографические характеристики*

По свидетельству американских туроператоров, клиенты, приобретающие у них экотуры, очень разнообразны по своему возрасту, социальному положению и роду занятий. Но всем им присуща одна общая особенность: желание провести отпуск активно и познавательно «вдали от избитых туристских маршрутов», стремление «окунуться» в другую жизнь и другую культуру. Клиенты туроператоров, организующих «классические» познавательные туры в природу – от 20 до 70 лет, средний возраст 50 лет. Клиенты туров с повышенной комфортностью – это в основном более пожилые люди, оставившие активную профессиональную деятельность (хотя в последние годы наметилась тенденция к их «омоложению»). Средний возраст клиентов турагентств, предлагающих приключенческие туры (треккинг, рафтинг и др.) – 30–50 лет, из них 60–65% составляют женщины. Туроператоры приключенческих туров выделяют две четко выраженные группы своих клиентов: 1) бездетные семейные пары, где работают оба супруга, и 2) пожилые пары, у которых дети покинули дом. Эти две социальные группы имеют достаточно высокий уровень дохода, чтобы потратить на туры по специальным интересам. Все туроператоры отмечают высокий уровень образованности и кругозора своих клиентов, которые стремятся выбрать туры, дающие возможность получить адекватную информацию и опыт.

Исследования участников экотуров, проведенные журналом Adventure Travel Magazine, выявили следующую картину. Как правило, это люди с высшим образованием (82% из опрошенных респондентов обладают ученой степенью). 60% предпочитают путешествовать парами, 16% – с семьей, 13% – в одиночку. Средняя продолжительность путешествий составляет от 8 до 14 дней. Уровень дохода: в среднем \$38 800 в год, однако встречаются представители разных слоев (25% зарабатывают менее \$25 000, а 10% – более \$100 000). Средняя сумма, затрачиваемая на один тур: \$ 4 623; включая покупку снаряжения и прочего еще до начала тура. Наиболее популярные виды деятельности: дальние пешие походы, пешие экскурсии и кемпинг.

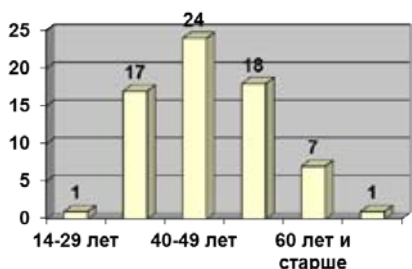
Еще одно исследование, проведенное специалистами американского отделения ВВФ (Вoo, 1990), позволило составить «усредненную характеристику» типичного **иностранного экотуриста в странах Латинской Америки**:

- *Средний возраст*: 43 – 44 года
- *Пол*: мужчины – 51%, женщины – 49%.
- *Первый визит в страну*: 73%.
- *Способ путешествия*: индивидуально (21%), с семьей (36%), с друзьями или коллегами (23%), организованный тур через турагенство (20%).
- *Основные виды деятельности*: наблюдение птиц – бердвотчинг (58%), наблюдение дикой природы, животных (55%), водные путешествия (42%), ботаника (31%), пешие маршруты и треккинг (28%), знакомство с местными культурами (25%), экскурсии в джунгли (23%), альпинизм (22%).
- *Степень удовлетворенности своим путешествием*: очень доволен - 67%, удовлетворен – 21%, не очень удовлетворен – 4%, разочарован – 0%.

Далее представлены результаты изучения рынка **Германии**, полученные исследовательскими организациями DWIF/BTE (2001 год).

**Возраст**: согласно данным туроператоров, возраст типичного немецкого экотуриста колеблется от 30 до 59 лет, но чаще это люди в возрасте от 40 до 49 лет.

**Типичный экотурист: возраст**



*Рис. 1.5.* Возрастная структура экотуристов, по данным туроператоров  
Источник: опрос туроператоров (N = 37, возможен выбор нескольких вариантов) (BTE 2001)

Сведения о **половой принадлежности** показывают, что природоведческие и экологические путешествия предпринимают прежде всего женщины.

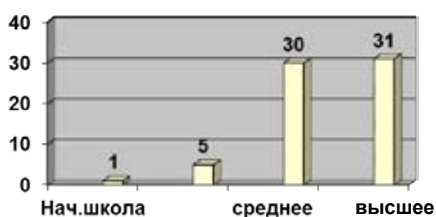
**Типичный экотурист: пол**



*Рис. 1.6.* Пол туристов, приобретающих природоведческие и экотуры  
Источник: опрос туроператоров (N = 37, возможен выбор нескольких вариантов)(BTE 2001)

Туристы, интересующиеся эко- и природным туризмом, относятся к наиболее обеспеченным и хорошо образованным слоям населения (полное среднее, высшее образование).

**Типичный экотурист: образование**



*Рис. 1.7.* Уровень образования туристов, интересующихся природным и экотуризмом  
Источник: опрос туроператоров (N=37, возможен выбор нескольких вариантов) (BTE 2001)

Уровень образования проявляется и в тех профессиональных группах, представители которых встречаются среди экотуристов. Бросается в глаза, что значительная доля приходится на учительскую профессию, а это, вероятно, обусловлено большим объемом свободного времени, которое благодаря школьным каникулам имеет в своем распоряжении учитель.

В большинстве случаев от туриста не требуются высокие спортивные достижения, так что подобные туры вполне подходят для людей с обычной, средней физической подготовкой.

По оценкам американских экспертов, складывающиеся социологические тенденции благоприятствуют дальнейшему росту спроса на экотуризм. Около половины природных туристов – еще относительно молодые люди и находятся на пороге того возраста, когда доходы обычно максимальны. Кроме этого, весьма вероятно, что, становясь старше, в эту группу будут переходить представители других категорий туристов, которые сейчас предпочитают спорт и приключенческий туризм. Эти демографические тенденции свидетельствуют о том, что, по крайней мере, в ближайшие несколько десятилетий спрос на природный туризм и связанные с ним объекты будет быстро расти.

### ***Какие критерии важны экотуристу при выборе путешествия?***

Некоторые экотуристы вначале выбирают *тип путешествия* (например, треккинг), а затем наиболее подходящий для такого путешествия регион. Другие, наоборот, сначала выбирают *регион* и лишь затем – тип тура из числа тех, которые возможно организовать в этом регионе. Американские исследования показывают, что при выборе фирмы-туроператора клиенты придают наибольшее значение его квалификации, хорошему знанию региона, уникальности предлагаемых туров, качеству их организации, возможностям в плане обеспечения безопасности, хорошему санитарному состоянию условий проживания. Кроме этого, очень большое значение при выборе туроператора имеет гибкость предлагаемых им программ, т. е. возможность заказать тур именно в то место и в то время, как это удобно клиентам. Для многих американцев, которые выбирают туры, находящиеся в диапазоне умеренных и высоких цен, итоговая стоимость тура не является решающим фактором в принятии решения (но с клиентами из других стран, например, Германии, Италии и др., дело обстоит по-другому). Обычно клиенты не стремятся глубоко проникать в философию туроператора. Они бывают очень довольны, если обнаруживают, что их турагентство предпринимает специальные усилия для поддержки местных природоохранных проектов, но это обычно не является ключевым фактором в принятии их решения. Их больше заботят квалификация туроператора и санитарное состояние инфраструктуры. Однако в последнее время наметилась тенденция к изменению этой ситуации – многие туристы стали придавать большое значение степени экологичности своих туров, возможности принять участие в природоохранных действиях и принести пользу. Поэтому в настоящее время многие американские и западноевропейские туроператоры используют свою «экологичность» как средство маркетинга.

На основе изложенного можно сделать следующие рекомендации. Необходимо предпринимать усилия, чтобы заинтересовать экотуризмом различные группы путешественников, ранее не участвовавшие в такого рода турах. В этой связи, полезно разрабатывать непродолжительные экотуристические или экскурсионные программы в качестве дополнения к деловым поездкам и традиционным турам, а также предлагать таким туристам специфические природо-познавательные туры. Стратегию маркетинга необходимо строить на основе тщательного изучения клиентской базы. Важно организовывать специальные рекламно-информационные кампании по популяризации и росту общественного престижа путешествий, которые вносят вклад в охрану природы и развитие местных сообществ.

**Раздел 2.**  
**Экотуризм как мировое явление.**  
**Современные тенденции**  
**развития экотуризма за рубежом**





## 2.1. География международного природного и экотуризма

Е. Ю. Ледовских

Турпродукт зарубежных фирм, предлагающих туры в природу, в том числе экотуризм, отличается большим разнообразием с точки зрения географии путешествий. Главный фактор, который определяет особенности географии экотуризма – наличие привлекательных малоизмененных природных комплексов. Большое количество экотуристов привлекают территории с максимальным биоразнообразием – экваториальные и тропические леса, саванны и горные местности.

В **международном** природном туризме основными регионами, генерирующими спрос, являются Западная Европа и Северная Америка.

Напротив, наиболее посещаемые экотуристами территории находятся в развивающихся странах Латинской Америки, Азии и Африки, а также Австралии и Океании (рис. 2.1). Это отличает экотуризм от массового туризма, подавляющее большинство потоков которого направляется из развитых стран мира в развитые.

Туры по всему миру

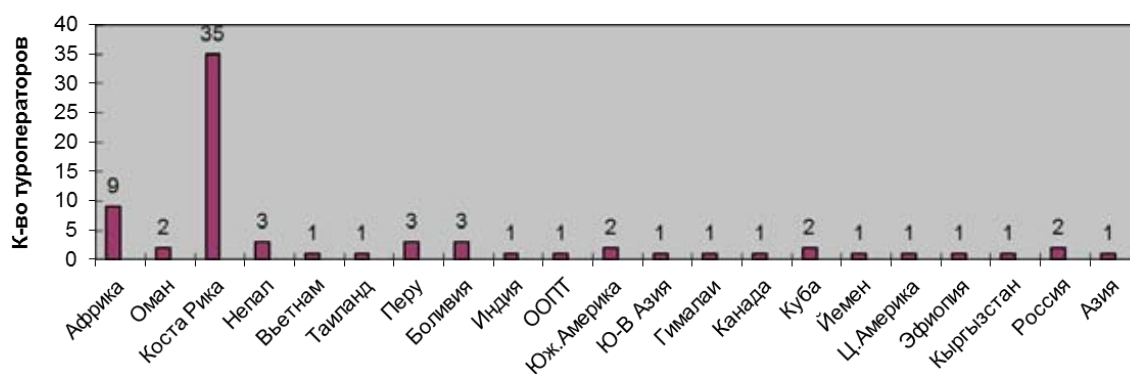


Рис. 2.1. Наиболее популярные географические направления природного и экотуризма по всему миру (с точки зрения германских туроператоров) (ВТЕ, 2001). Источник: опрос туроператоров (N = 37)

Существенное влияние на географию спроса и предложения в экотуризме оказывают социально-экономические и политические факторы. Часто эти факторы ограничивают географическое распространение экотуризма в странах с реакционными политическими режимами, закрытой экономикой и низким уровнем экономического развития, не позволяющим «поднять» экотуризм. В масштабе всемирной географии туров германский потребитель, проявляющий интерес к природному и экологическому туризму, отдает предпочтение Коста-Рике, которая лидирует с явным отрывом от конкурентов. Одной из причин этого является стабильная политическая обстановка в данной стране в течение многих лет (Strasdas, 2001).

Географическое положение страны влияет на преобладание туристов из тех или иных стран и регионов. Так, в Карибском бассейне, Латинской Америке и Тихоокеанском регионе преобладают туристы из Северной Америки, в Африке и Южной Азии – европейцы. Во многих бывших колониях значительную часть туристов составляют подданные их бывших метрополий. Например, в Кении преобладают туристы из Великобритании, они же составляют большую долю в Австралии, Индии, Новой Зеландии. На Мадагаскаре и Маврикии преобладают туристы из Франции.

Ниже приводятся результаты исследований DWIF/VTE (2001). По сведениям немецкой исследовательской и консалтинговой организации «VTE Менеджмент туризма и региональное развитие», на германском экотуристическом рынке явно преобладают природные и экотуры внутри Европы; поездки в Америку (Северную и Южную) занимают только второе место (рис. 2.2). При этом наиболее популярными в Европе туристическими направлениями являются Франция, Греция и Польша, за ними следуют Норвегия, Исландия, Швеция, Ирландия и Италия (рис. 2.3).

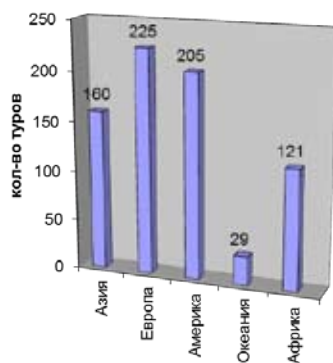


Рис. 2.2.

**Европа**

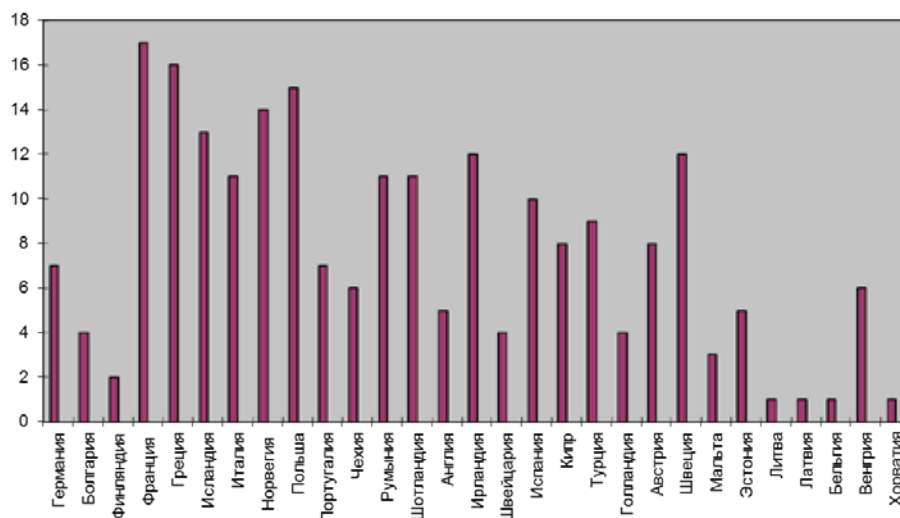


Рис. 2.3. Основные направления природных и экотуров по Европе, предлагаемых германскими туроператорами на европейском и международном рынке ВТЕ, 2001). Общее количество рассматриваемых стран – 88; респонденты могли выбрать несколько вариантов.

Азиатский регион также занимает существенное место в предлагаемых программах путешествий, вошедших в выборку германских операторов природного и экологического туризма. Наиболее популярными среди предлагаемых направлений являются Китай, Индия и Непал (рис. 2.4).

**Азия**

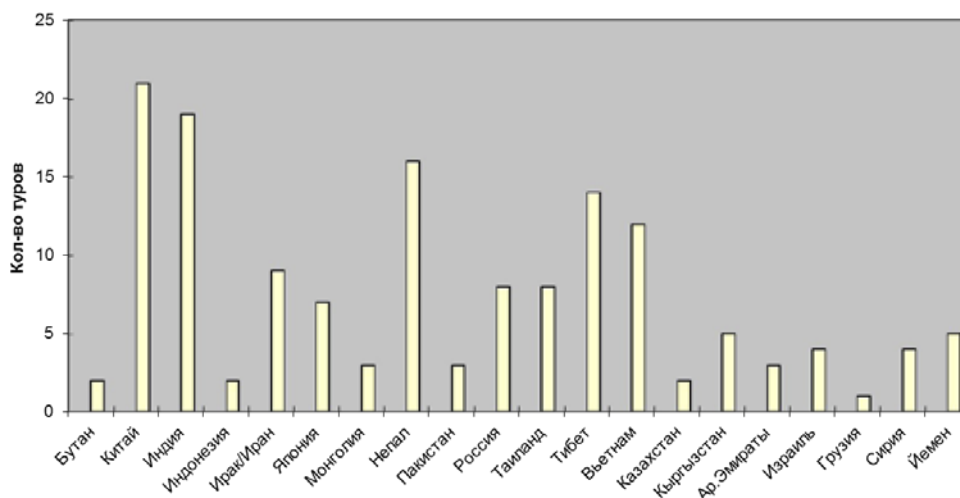


Рис. 2.4. География туров по Азии, предлагаемых германскими туроператорами (ВТЕ, 2001). Источник – анализ печатной продукции (N = 88, возможно выбор нескольких вариантов)

В развивающихся странах основными «принимающими сторонами» международного природного туризма являются Центральная Америка, север и восток Южной Америки, Южная и Восточная Африка, Южная и Юго-Восточная Азия.

В Латинской Америке и Карибском регионе экотуризм развивается наряду с другими видами туризма. Он является основным видом туризма в Коста-Рике, Эквадоре, Белизе, важным сектором туризма – в Мексике, Венесуэле, Перу, в островных странах Карибского бассейна. Огромный потенциал имеет Бразилия, где, однако, развитию экотуризма уделяется недостаточное внимание в угоду интересам традиционного развития, активно вырубаются амазонская сельва, что приводит к потере ценных природных и этнографических ресурсов. Перспективен для развития экотуризма Андийский регион.

В Африке экотуризм наиболее развит в Кении, Танзании, ЮАР. Кроме того, он активно развивается в таких странах, как Ботсвана, Мадагаскар, Маврикий, Намибия, Камерун. Хорошие возможности имеют Заир, Эфиопия и др.

В Азии выделяется Непал, популярность которого резко возросла за последние годы. Существенное значение имеет экотуризм в Таиланде, Индонезии, Шри-Ланке, где экзотическая природа удачно сочетается с интересными культурно-этнографическими объектами. Важную роль может получить экотуризм в Индии. Однако стремительный рост населения постоянно усиливает антропогенный пресс на природные ресурсы страны, что ведет к их ухудшению и потере как ресурсов экотуризма. Кроме того, можно выделить Филиппины, Малайзию, Бутан и Китай (его юго-западную горную часть, еще покрытую девственными лесами).

Австралия и Новая Зеландия давно популярны у туристов благодаря их уникальной природе. Огромен потенциал развития экотуризма на многих островах Тихого океана.

Растет популярность Антарктиды. Однако отсутствие должного контроля, связанное с ее нейтральным статусом, может привести к губительным для ранимых антарктических ландшафтов последствиям.

Помимо международного, в ряде стран популярен **внутренний** природный и экотуризм. Наиболее развит он в странах Северной Америки и Европы (особенно в США, Канаде, Германии и Великобритании), а также в Австралии. Кроме этого, спрос внутреннего рынка на экотуризм увеличивается в некоторых странах Юго-Восточной Азии (Таиланд, Индонезия).

США не только отправляют самое большое в мире количество экотуристов за границу - они имеют также огромный внутренний рынок экотуризма. Охраняемые природные территории США, занимающие более 10% площади страны, становятся все более популярными как среди жителей страны, так и среди иностранных туристов. Наиболее посещаемы национальные парки, которые содержат уникальные природные объекты (Гранд Каньон в Аризоне, Йеллоустоун), или находятся поблизости от крупных урбанизированных территорий (Йосемити, Шенандоа, Грейт Смоки Маунтинс).

Среди других стран с большим объемом внутреннего экотуризма можно выделить Канаду (где большую долю составляют также туристы из США) и Францию.

В Великобритании и Германии, где, в отличие от США, практически не осталось естественных территорий, доля ООПТ, несмотря на это, составляет соответственно 18,9 и 24,6%. В последнее время здесь ширится зона восстановления лесов и других природных ландшафтов, растет популярность агротуризма

Следует отметить появление проектов по развитию экотуризма в альпийско-средиземноморском регионе Европы, наряду с традиционными видами туризма (Дроздов, 2002). Этому способствует наличие в некоторых местах естественных и малоизмененных природных участков. Однако в Средиземноморье экотуризму нелегко конкурировать с пляжной рекреацией и другими видами туризма.

В целом рост и диверсификация спроса приводит к расширению географии экотуризма.

## 2.2. Экономическая эффективность и немонетарные преимущества экотуризма

Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева

Согласно данным Мирового Совета по туризму и экскурсиям (WTTC) и Всемирной туристской организации (WTO), *туризм* на сегодня является *крупнейшей и наиболее динамичной гражданской индустрией мира*. Если в 1950 г. количество международных туристских поездок составляло 25 миллионов, то в 2004 г. оно превысило 760 миллионов (с ежегодными темпами прироста около 10%). В 2005 г. количество международных туристских поездок, зарегистрированное во всем мире, выросло на 5,5% и впервые превысило 800 миллионов. В 2020 г., по прогнозам экспертов, глобальная туристская индустрия достигнет уровня 1,56 миллиардов международных поездок. Будучи крупнейшим сектором бизнеса в мировой экономике, индустрия путешествий и туризма обеспечивает более 230 миллионов рабочих мест. Общий оборот ее по состоянию на 2006 г. (потребление, инвестиции, правительственные расходы и экспорт) – около 6,5 триллионов USD. По объемам это превосходит автомобильную, сталелитейную и нефтяную промышленность, электронику и сельское хозяйство.

В более чем 150-ти странах мира (т. е. в четырех из пяти) туризм входит в пятерку важнейших статей экспорта, при этом для одной трети развивающихся стран он является ведущей статьёй. Для сорока беднейших стран мира туризм является вторым по значимости источником зарубежной валюты после экспорта нефти. В последние годы в развивающихся странах международный туризм возрастает на 9,5% ежегодно (в сравнении в 4,6% во всем мире).

По оценкам экспертов из Программы ООН по окружающей среде (UNEP) и Conservation International, наибольшее развитие туризма наблюдается на сохранившихся мировых территориях дикой природы и по соседству с ними. Природный и приключенческий туризм составляют два наиболее быстро растущих сектора в индустрии туризма. Существуют различные оценки доли природного туризма на мировом туристском рынке. Цифра, которая чаще всего появляется в специальной литературе, оценивает эту долю в 7% (Strasdas, 2001). Однако, по другим оценкам, в ряде регионов туризм, связанный с посещением мест дикой природы, в среднем составляет около 20-60% от общих объемов международного туризма (Ceballos-Lascurain, 2002).

По данным Международного общества экотуризма, начиная с 1990-х гг. темпы роста экотуризма составляют 20–34% в год; в 2004–2008 он развивался более чем в три раза быстрее, чем туристская индустрия в целом. На международном рынке природный туризм по темпам роста давно обошел сектор пляжного туризма, который достиг пика своей стабильности с незначительными темпами ежегодного прироста. По прогнозам экспертов WTO, «туризм, связанный с приобретением нового опыта» (охватывающий такие сектора, как природный и экотуризм, культурный, «мягкий» приключенческий, сельский и аборигенный туризм) будет сохранять быстрые темпы роста на протяжении ближайших двадцати лет.

В течение следующих шести лет экологически устойчивый туризм может составить до 25% всего мирового рынка туризма. Аналитики предсказывают увеличение количества «эко»-курортов и «эко»-гостиниц, повышение потребительского интереса к экологическим турпродуктам, а также бум в секторе природного туризма.

Один из наиболее быстро растущих видов природного туризма, особенно в Северной Америке, – туры по наблюдению птиц, или бердвотчинг (birdwatching). По различным оценкам, ежегодно в них участвует от 30 до 78 миллионов человек, что приносит посещаемым ими странам существенный доход – 78 миллиардов долларов. По данным Службы рыбы и дичи США, только в Северной Америке экономические поступления от этой деятельности составляют более 20 миллиардов ежегодно! В Коста Рике именно поток бердвотчеров, интересующихся квезалем, и связанные с этим доходы послужили стимулом для реализации местных инициатив по охране исчезающих дождевых лесов Монтеверде (Ceballos-Lascurain, 2000).

Следующий пример наглядно иллюстрирует социально-экономическое значение экотуризма в пределах одной конкретной страны. В Канаде путешествия в дикую природу составляют около одной четверти от общего объема внутреннего туризма. За счет налогов от природного туризма правительство этой страны получает более чем в 5 раз больше денежных средств, нежели ежегодно вкладывает в программы по охране дикой природы. В некоторых развивающихся странах подобное соотношение оказывается даже большим. Таким образом, экотуризм может стать серьезной финансовой поддержкой для проведения природоохранных мероприятий.

Природный туризм способен внести существенный вклад в национальную экономику и дать стране жизненно важные ресурсы. Так, национальный парк Дес Волканс в Руанде не только позволил сохранить популяцию горных горилл и всю территорию от экспансии фермерских хозяйств, но и, будучи известнейшей в мире туристской достопримечательностью, стал третьим крупнейшим источником притока иностранной валюты в страну. С 1976 по 1980 гг. доходы от туризма в парке были ниже, чем вложения, но затем ситуация кардинально изменилась. В 1989 г. расходы составили менее 200 000 USD, в то время как доходы превысили 1 миллион USD. Количество желающих увидеть горных горилл в национальном парке Дес Волканс настолько превысило допустимый лимит (24 человеко-дня), что правительство приняло решение увеличить плату за посещение до 200 USD на человека за часовой визит. Вырученные средства позволили оплатить расходы на природоохранные цели (в частности, найм инспекторов и гидов), а также другие услуги. Туризм «к гориллам» оказался настолько выгодным, что доходы от него использовались для финансирования деятельности целого ряда других ООПТ. Такая ситуация продолжалась до тех пор, пока гражданская война в стране не сократила поток посетителей национального парка.

По данным ООН и Всемирной Организации туризма, за последние 20 лет значительно увеличился поток туристов в развивающиеся страны – в те из них, которые отличаются наиболее разнообразными экосистемами, богатством флоры и фауны. Особое преимущество в данном плане имеют политически стабильные регионы. В этих странах экотуризм генерирует огромный объем доходов. В малых странах, таких как Кения, Эквадор, Коста Рика, Непал, он является главным источником доходов в твердой валюте. В Коста Рике доход от туризма в 2008 г. составил 2,14 млрд долларов, и основой для этого послужила система национальных парков, составляющих в совокупности более 25% территории страны (см. подробнее главу 2.5).

Значимость доходов, получаемых от природного туризма в конкретных странах, в большой степени зависит как от масштабов собственно туристской деятельности, так и от специфики этих стран, от степени развития (диверсификации) их экономики. Как отмечает Элизабет Бу (1998), в зависимости от этих факторов, при одном и том же объеме туризма в одной стране доход может быть значимым на национальном уровне, а в других – несущественным. Так, например, относительно небольшой поток природных туристов послужил причиной существенного прогресса в экономике Руанды и Доминики. В то же время, в Мексике аналогичное количество туристов не играет существенной экономической роли. При этом в странах, где поток экотуристов в целом относительно невелик, экотуризм может играть важную роль в экономике отдельных регионов или местностей.

Элизабет Бу делает вывод, что, в силу относительно более ограниченных масштабов экотуризма по сравнению с другими видами туризма, его социально-экономическая значимость наиболее высока именно на местном и региональном уровнях. Таким образом, охраняемые территории могут стать источником гордости для своих регионов, давая рабочие места местному населению и обеспечивая доходы в местную экономику.

Ярким примером может служить национальный парк Галапагосские острова, где туризм является важным источником дохода не только для самого парка, но и для всего региона. Кроме того, часть средств, получаемых парком Галапагос от развития туризма, направляется на нужды других охраняемых территорий, получающих небольшой доход.

Однако роль экотуризма отнюдь не исчерпывается прямыми финансовыми поступлениями. Не менее важны так называемые **немонетарные преимущества**, которые не всегда возможно

оценить экономически, или которые лишь косвенно выражаются экономическими категориями. К ним относятся, к примеру, *создание новых рабочих мест, экологическое образование, повышение культурного уровня населения, развитие инфраструктуры, подъем экономики отсталых районов* (более подробно эти вопросы обсуждаются в следующих главах). Особое значение среди немонетарных преимуществ развития экотуризма имеют различные аспекты *охраны природы*. Например, в развивающихся странах экотуризм нередко является альтернативой другим, более истощительным, формам использования природных ресурсов – малоэффективному сельскому хозяйству, охоте, собирательству, лесозаготовкам, разработке полезных ископаемых, развитию массового курортного туризма и др. Последние приносят быстрый и, на первых порах, высокий доход – в отличие от экотуризма, на становление которого требуются время и немалые затраты. Однако устойчивость использования ресурсов при этих видах хозяйствования невелика, что приводит к их быстрому истощению и деградации. В таких случаях, даже если экотуризм не является высоко прибыльным предприятием на местном уровне, государство нередко стимулирует его развитие путем дотаций, налоговых и прочих льгот, поскольку косвенные его преимущества на региональном и национальном уровне делают его развитие предпочтительным.

Прямо или косвенно экотуризм оказывает сильное влияние на развитие многих других отраслей экономики, на охрану окружающей среды и природных ресурсов, частное предпринимательство и др.

Таким образом, хотим мы этого или нет, экотуризм сегодня игнорировать невозможно.

В последнее время, в связи с развитием международной концепции устойчивого развития, роль экологически устойчивого туризма все более возрастает. И если в «Повестке дня на 21 век», в Рамочном соглашении об изменении климата и в Конвенции по биологическому разнообразию экотуризм едва упоминается, то к настоящему времени он стал уже предметом нескольких важных (хотя и не имеющих директивного характера) официальных международных деклараций (Программа UNEP по окружающей среде 1995 г., «Хартия устойчивого туризма ЮНЕСКО», принятая на Лансароте в 1995 г., «Декларация устойчивого развития туризма», принятая министрами туризма и охраны природы Азиатско-тихоокеанского региона в 1997 г.). Наиболее важной инициативой в этом плане является «Берлинская декларация – биологическое разнообразие и устойчивый туризм», подписанная по инициативе Федерального Министерства Германии по окружающей среде на Международной туристической бирже (ITB) в 1997 г. министрами 18 стран, включая развивающиеся. Стороны, подписавшие этот документ, согласились, что «основополагающие цели глобальной природоохранной политики – поддержание биологического разнообразия, поддержание климата и снижение потребления природных ресурсов – не могут быть достигнуты без устойчивого развития туризма». 2002 год был объявлен ООН Международным годом экотуризма.

### **2.3. Вклад экотуризма в социально-экономическое развитие регионов**

*Е. Ю. Ледовских*

Опыт зарубежных стран показывает, что развитие природного туризма может вызывать самые разнообразные последствия на местном, региональном и национальном уровнях, спектр которых - от очень благоприятных до разрушительных. На каждом из этих уровней экономические, экологические и социальные последствия туризма могут существенно различаться в зависимости от его масштабов, уровня развития и диверсификации местной экономики, культурных особенностей страны или региона. Кроме этого, очень важным моментом является характер и тип природного туризма, который развивается в регионе.

Необходимо хорошо представлять себе потенциальные положительные и негативные социально-экономические эффекты, которые могут возникать при развитии природного туризма, и учитывать их при планировании и управлении туристской деятельностью.

Ниже приводятся наиболее важные социально-экономические аспекты, связанные с развитием природного туризма, примеры как положительного, так и негативного влияния, и некоторые комментарии (по материалам Seballos-Lascrain, 1996; Steck et al., 1999; Eagles et al., 2002).

#### Содействие экономическому развитию стран и регионов

+	-
– Туризм стал неотъемлемой частью экономики многих развивающихся стран (Кения, Коста Рика, карибские страны, Непал) и является для них одним из самых важных источников твердой валюты.	– Туризм – сфера экономики, подверженная кризисам. Для многих развивающихся стран не имеет существенного значения. – Для «принимающих» стран опасны туристические моноструктуры, поскольку туризм подвержен очень сильным флуктуациям спроса.

Хотя многие страны (особенно развивающиеся) получают значительные преимущества от международного природного туризма, зависимость от него – рискованная стратегия. Туризм является **нестабильным источником доходов**, подверженным влиянию разнообразных факторов, не поддающихся контролю. Например, туристская отрасль может быть значительно подорвана политическими изменениями (они оказывают огромное влияние на приток туристов в страну), природными бедствиями, флуктуациями курсов валют или отсутствием должного планирования. При этом роль этих «внешних» факторов тем сильнее, чем большую долю экономики обеспечивает туризм.

Во избежание экономических проблем регионы и тем более целые страны не должны полностью полагаться на доходы от туризма. Необходима диверсификация экономики и развитие различных отраслей хозяйства.

Другой распространенной проблемой, связанной с природным туризмом, является его **сезонный характер**. Существуют пиковые сезоны и сезоны спада туристической деятельности. Это означает, что гостиницы, транспорт и другие объекты инфраструктуры туризма, а также персонал остаются незанятыми значительную часть года. Кроме того, в сельских районах пик туристского сезона нередко совпадает с разгаром сбора урожая и других важных работ. Однако туризм может быть весьма удачным дополнением к другим видам деятельности местных жителей, особенно если пиковые периоды туризма и сельхозработ отличны во времени. Особенно это относится к сельским местностям, где проблема постоянной занятости на протяжении всего года стоит не так остро, как в городах.

#### 2. Приток твердой валюты в страну/регион

+	-
– Эффекты мультипликатора	– Доходы от туризма в твердой валюте нередко сильно редуцированы из-за его большой потребности в импорте товаров и услуг («утечки» валюты, неблагоприятный нетто-баланс)

Влияние, которое в итоге оказывает туризм на социально-экономическую сферу, в значительной степени зависит от «**эффекта мультипликатора**» или «множественного эффекта» – т. е. степени, в которой первичные доходы, получаемые от туризма, продолжают «вращаться» в местной экономике и с каждым «витком» генерируют новые доходы. Например, если водитель туристского автобуса тратит заработанные деньги на покупку бензина, продуктов и других товаров местного производства, тем самым экономическая деятельность идет как бы по спирали. Величина «множественного эффекта» от природного туризма зависит от степени «утечки» получаемых доходов из местной экономики в результате налогов, покупки импортных товаров и услуг, и т. д.

Экономические преимущества туризма в некоторых странах, особенно развивающихся, нередко завышаются, поскольку подобные предприятия включают существенные «**утечки**» **доходов из страны**. Это связано с использованием импортных товаров для обеспечения туристов,

преобладанием иностранных туроператоров и фирм на туристском рынке, низкой долей местного населения среди занятых в сфере туризма. К этому надо добавить необходимость расходов на рекламу и маркетинг за рубежом, возвращение сумм, вложенных иностранными инвесторами... Таким образом, хотя туризм и приносит ценную для страны иностранную валюту, существенная ее часть снова покидает страну (рис. 2.5). В экономиках менее развитых стран такие «утечки» весьма значительны, поскольку им в туристическом бизнесе приходится использовать много импортных товаров, относящихся к «индустрии роскоши». По оценкам Мирового банка, 55% валового дохода от туризма в развивающихся странах возвращается обратно в развитые страны. Чем меньше анализируемая территория по площади и чем ниже уровень ее экономического развития, тем выше утечки при каждом цикле расходов. По сведениям Мирового Института ресурсов, в Зимбабве остается только 10% средств, выручаемых от природного туризма, а в регионе Аннапурна в Непале – даже меньше 10%. В то же время, следует отметить, что в странах с более высоким уровнем развития экономики (в том числе в странах с переходной экономикой) «утечки» валюты, вызванные импортом, являются минимальными.



Рис. 2.5. Типичное распределение доходов от туризма (по D. McLaren)

*Вклад туризма в экономическое развитие региона тем выше, чем больше в нем используются продукты и материалы местного производства, а также местный персонал.* Разумеется, это возможно при условии, что экономика посещаемых регионов достаточно развита, чтобы обеспечить для туристов базовый набор товаров и услуг местного производства. Иными словами, туристы, во время своего путешествия останавливающиеся в гостиницах, которыми владеют и управляют (и обслуживают) местные жители, использующие в основном местные продукты, обеспечат больше дохода в местную экономику, нежели те, кто потребляет в основном импортные услуги и предметы роскоши, равно как те, кто потребляет очень мало товаров и услуг, или же вовсе ими не пользуется («дикий» туризм).



В ряде государств предпринимаются специальные меры по удержанию доходов в стране. Наиболее распространенными из них является взимание налога на пользование землей с частных организаций и введение системы входных плат и такс с туристов, при которой предусмотрены льготы для местных жителей и организаций. В некоторых регионах введена аукционная продажа прав на ведение определенной деятельности и лицензирование государством частных предприятий в сферах питания, транспорта, торговли, экскурсионного обслуживания. С предприятий, косвенно связанных с природным туризмом (крупные гостиницы, транспортные фирмы, рестораны), может взиматься налог на охрану природы и в пользу местного населения. Утечки можно уменьшить, если стимулировать создание на местах мелких частных предприятий и добиваться того, чтобы иностранные компании вносили вклад в развитие местных сообществ через организацию обучения или инвестиции. Продуманная налоговая политика также может способствовать увеличению преимуществ от развития туризма для местного населения и экономики страны. Таковы программы, при которых налоговые и прочие преимущества получают фирмы, нанимающие местных жителей и использующие товары, произведенные в стране. Основная цель таких мер – удержание в регионах большей доли генерируемых в туризме средств.

Хотелось бы еще раз отметить, что экологические туристы наиболее охотно используют местную продукцию и услуги. Как было упомянуто в главе о специфике экотуристов, для многих путешественников из индустриальных стран с высокой степенью урбанизации одним из привлекательных моментов является возможность побывать в нетронутых природных уголках и приобщиться к «примитивным» условиям жизни, представляющим резкий контраст с их повседневной комфортабельной городской средой. Таким образом, сторонники природного туризма не нуждаются в условиях проживания, питания и развлечениях по стандартам роскоши, как другие группы туристов.

### 3. Рост благосостояния местного населения

+	-
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Туризм имеет широкие связи с другими сферами экономической деятельности, и таким образом, косвенно влияет на создание рабочих мест и доходы. Действенная борьба с бедностью</li> <li>– Привлечение инвестиций, расширение сектора услуг, повышение степени диверсификации экономики</li> <li>– Развитие более современной инфраструктуры, которая используется не только туристами, но и местными жителями</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Создание дисбаланса, повышение цен на внутреннем рынке</li> <li>– Возникновение экономического неравенства</li> </ul>

Туристская деятельность стимулирует развитие других отраслей – в первую очередь, сельского хозяйства, легкой промышленности, производства стройматериалов. Доходы от туризма позволяют более эффективно использовать ресурсы и применять более современные технологии (покупать новое оборудование, использовать жидкое горючее вместо дров, повысить образовательный уровень, и, тем самым, качество трудовых ресурсов и др.). Все это дает значительный импульс для развития экономики и роста благосостояния местных жителей, особенно в районах, удаленных от крупных индустриальных центров, с традиционно низким уровнем экономического развития.

Однако в некоторых странах приток богатых туристов приводит к повышению цен на местную продукцию и услуги, нехватке основных товаров и продуктов, что отрицательно отражается на местных жителях (особенно на тех, кто непосредственно не занят в туристической деятельности). Конкуренция за ресурсы с местным населением – одна из основных проблем, требующих неотложного решения. Тем более, что, в связи с приданием территориям статуса охраняемых, местным жителям нередко приходится отказываться от традиционных для них видов природопользования. Компенсацией может служить привлечение их на вновь создаваемые рабочие места, денежные выплаты, новая инфраструктура. Одна из главных задач тех, кто занимается

планированием экотуризма (а также туризма в целом) – создать такую программу, которая позволяла бы местным жителям получать реальные преимущества от развития туризма (подробнее эти вопросы освещены в главе 4.12).

В ряде случаев туризм обогащает лишь узкий круг и без того наиболее богатых членов местных сообществ, в то время как малообеспеченные становятся еще беднее, углубляется социальное расслоение. Это может настраивать местных жителей против развития туризма.

Первичные и вторичные доходы от туризма могут получать различные экономические субъекты и секторы. Поэтому, даже если ожидаемые утечки не столь велики, при планировании экотуризма следует выяснить, какие секторы и группы людей внутри региона будут затронуты в первую очередь. Приток доходов может вызвать развитие как в желательном направлении (например, увеличение производства пищевых продуктов на местах), так и в нежелательном (возрастание потребности в импорте горючего). «Новые» доходы могут пойти на благо малообеспеченной части местного населения или же, напротив, усилить существующее неравенство. Экономические преимущества, которые получают местные жители от развития туризма, будут в значительной степени зависеть от типа туристических фирм, их величины, владельцев, требований к персоналу. Следует тщательно продумывать эти аспекты при организации экономических взаимодействий на местах.

Непродуманное развитие природного туризма, особенно в развивающихся странах, может нести в себе потенциальные конфликты на местном уровне, которые затрагивают вопросы землепользования и прав на землю. В некоторых странах третьего мира (Перу, Кения, Индонезия, страны южной Африки) экотуризм находится на стадии становления и во многом не решает проблем с трудоустройством местного населения.

Создание больших охраняемых природных территорий с целью развития на них туризма иногда приводит к столкновениям с местными жителями, а в некоторых случаях даже к их выселению с исконных земель. Один из самых ярких примеров, когда местное сообщество было выселено, чтобы на его территории создать природный парк – история племени масаев. Самым первым нежелательным последствием развития туризма стало изъятие у племени традиционных земель, лишение его основных пастбищ.

#### 4. Создание рабочих мест для местного населения

+	-
<ul style="list-style-type: none"> <li>– На сегодня туризм – одна из современных индустрий с наиболее высокой возможностью создания рабочих мест (в связи с ориентацией на сервис, туризм трудно «автоматизировать»).</li> <li>– Большое количество создаваемых рабочих мест для работников с низкой квалификацией не всегда является негативным фактором, т.к. они заполняются местными жителями, не имеющими высокого образовательного уровня.</li> <li>– Туризм также создает часть квалифицированных рабочих мест для решения различных задач (гиды, менеджеры в сфере туризма и охраны природы и др.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Туризм создает главным образом низкооплачиваемые, сезонные рабочие места, не дающие возможности для роста квалификации. Квалифицированные рабочие места часто недоступны для сельского населения, и у него не хватает умений и финансовых средств, чтобы вести самостоятельный бизнес.</li> <li>– «Импорт» управленческого персонала.</li> </ul>

Национальный парк Ройял Читван в Непале является примером высокого уровня развития природного туризма при минимальной поддержке местных жителей. В 1994 г. национальный парк принял более 60000 туристов, однако финансовые поступления на нужды местных сообществ при этом были минимальными и ограничивались деревнями, расположенными поблизости от главного входа в парк. Из 87000 местных жителей трудоспособного возраста, живущих в окрестностях парка, непосредственно в индустрии экотуризма были заняты менее 1100 человек. Только 6% местных семей получало непосредственный или косвенный доход от экотуризма, при этом средний уровень такого дохода составлял всего 600 долларов за год (отчет WWF, 1999).

В Отчете Мирового Института ресурсов (1990) приводятся несколько примеров, когда местные сообщества получали весьма существенные социально-экономические преимущества от развития природного туризма. Так, например, в заповеднике Монтеверде в Коста Рике восемь местных жительниц организовали кооператив для продажи изделий народных промыслов, произведенных на месте. В скором времени они достигли объема продаж в 50 тыс. долларов в год и по местным меркам получали весьма существенный доход. Некоторые дополнительные примеры подобного рода представлены ниже.

**Примеры проектов местного экономического развития на базе природного туризма**  
(По: К. Ziffer. Ecotourism: The Uneasy Alliance. 1990).

Местная продукция	Коста Рика, заповедник Монтеверде: кооператив по продаже сувениров местного производства, созданный местными жительницами, достиг годового объема продаж в 50 тыс. долларов
Возвратный заемный фонд	Замбия, Луангва: проект интегрированного развития ресурсов. Часть дохода от туров – около 150 тысяч долларов ежегодно – отчисляется в специальный возобновляемый фонд, через который поступает обратно в местное сообщество
Участие местных жителей в управлении развитием туризма	Панама, проект исследования дикой природы с участием индейцев куна: активная роль местных жителей в принятии решений по развитию туризма; использование местной архитектуры, материалов и гидов.

**5. Влияние на сферу культуры**

+	-
– Содействие взаимопониманию между народами и “модернизация”	– Разрушение устоявшихся культурных ценностей (рост преступности, проституции)
– Усиление культурного самосознания местного населения	– Коммерциализация традиционных культурных ценностей
– Привлечение внимания к проблемам «третьего мира»	– Изолированность туристических центров от реальной жизни принимающих стран

«Внедряя» иностранные ценности и модели поведения, туризм в развивающихся странах нередко разрушает **традиционную социальную и культурную среду** и усиливает общественное неравенство.

Вторжение цивилизации может значительно изменить традиционный образ жизни коренных народов. Различные аборигенные общества обладают разной степенью «устойчивости» против таких изменений. Некоторые народы, например, африканское племя масаев, активно противодействуют влиянию западной культуры. Другие (в частности, шерпы в Гималаях) значительно более восприимчивы и нередко пытаются включать в свои собственные традиции чужеродные элементы. Нередко под влиянием изменений, которые несет с собой туризм, коренные народы отходят от своих культурных корней, имеет место стандартизация (или, как еще говорят, «вестернизация») культур. По свидетельству Вестерна (Western, 1993), туризм может разрушить древнюю культуру и привести к краху традиционную местную экономику. Особенно подвержены такому риску народности, более уязвимые в экономическом и политическом плане. Потеря многих этнографических устоев и традиций, являющихся также ценным ресурсом для туризма, может быть невосполнима. Поэтому при планировании экотуризма, наряду с охраной природных экосистем, особое место уделяется охране культурно-этнографических особенностей.

**Социальные и культурные трансформации** относятся к наиболее широко распространенным эффектам туризма в целом, которые особенно трудно оценить. Однако подобные масштабные изменения вызываются в значительной степени и другими факторами, такими как телевидение или урбанизация. С другой стороны, формы туризма, контролируемые местными сообществами, могут даже послужить укреплению традиционных культур в удаленных территориях.

**В заключение, приведем несколько примеров успешной реализации социально-экономических преимуществ экотуризма.**

В книге специалиста американского отделения WWF Элизабет Бу (Boo) упоминается уникальный проект развития туризма в Западной Африке на базе простых жилищ для туристов, построенных из традиционных материалов и обслуживаемых местными жителями. Этот очень успешный проект не только не потребовал больших капиталовложений, но также обеспечил доходы в местную экономику от всех аспектов туристической деятельности – от транспортировки, для которой широко использовались каноэ местных жителей, до организации питания (блюда традиционной кухни из местных продуктов).

Другой успешный пример подобного рода – модельный проект в Панаме под названием Kuna Wildlands Investigation (исследование дикой природы с участием индейцев куна). Развитие туризма было одним из компонентов этого комплексного проекта. Для строительства туристических объектов (в соответствии с местными архитектурными традициями) в ходе проекта широко применялись местные материалы, особое внимание уделялось устойчивому использованию природных ресурсов (в частности, внедрению автономных источников энергии). Индейцы куна выступали в качестве гидов-проводников и делились с посетителями своим глубинным пониманием жизни тропического леса. Кроме этого, они получали доход от продажи туристам изделий местных промыслов. Опыт подобных проектов может быть очень интересен и для нашей страны, например, при организации экотуров в местах проживания удэгейцев, нанайцев и многих других самобытных коренных народов.

Приведенные выше примеры относятся к странам и регионам, где значительное развитие получил классический экотуризм среди относительно дикой природы или на охраняемых территориях. Однако природный туризм в относительно освоенных местностях или даже в культурных ландшафтах Западной Европы (например, в ряде альпийских районов), который можно отнести к экотуризму в его широкой трактовке, также оказывает мощное и весьма позитивное воздействие на социально-экономическое развитие этих местностей.

Так обстоит дело, например, в Баварии, где интенсивно развит туризм и во многих сельских горных районах (в том числе, на территории общины Хинделанг), и в окрестностях крупнейшего немецкого национального парка «Баварский лес».

В альпийских странах широко известен опыт проекта «Природа, культура и туризм» общины Хинделанг (Альгойские Альпы). Этот проект успешно осуществляется уже более десяти лет, его результаты были представлены на всемирной выставке «Экспо 2000» в Ганновере<sup>1</sup>.

Назначение и смысл проекта заключаются в органичном соединении природно-ориентированных форм туризма с возрождением традиционных форм сельского хозяйства как основы сохранения альпийского культурного ландшафта, – который, в свою очередь, является главным ресурсом как туризма, так и сельского хозяйства. Суть дела в том, что устойчивость экосистем Альгойского культурного ландшафта может быть обеспечена вполне определенным пространственным сочетанием пастбищ, сенокосов, лесов и сельских поселений. И при этом именно пастбищно-сенокосное мясомолочное животноводство позволяет поддерживать необходимый баланс в землепользовании.

До сравнительно недавнего времени в сельском хозяйстве общины Хинделанг, как и во всем регионе, преобладало земледелие; прежние пастбища зарастали (преимущественно еловым лесом), облик ландшафта утрачивал былые разнообразие и привлекательность, удобрения с полей смывались в ручьи и реки, экологическая ситуация ухудшалась. В результате ослабевало само сельское хозяйство, экономика региона в целом приобретала депрессивный характер. Развитие сельского туризма, распространявшегося в регионе с начала 30-х годов, стало замедляться и уже не могло обеспечить населению необходимого уровня доходов. Поскольку молодежь не находила себе достойной работы, население общины стало сокращаться.

---

<sup>1</sup> По материалам А.В.Дроздова (2002).

Новая стратегия позволила объединить интересы и сельского хозяйства, и туризма, и охраны природы. В соответствии с ней пастбища и сенокосные луга используются экологически корректно – они удобряются только навозом, пастбищная нагрузка строго контролируется. В результате производимые крестьянами молоко и сыры (преимущественно твердые), а также колбасы и другие продукты обладают высоким качеством, они экологически чисты и привлекательны для туристов. Крестьяне отнюдь не только продают туристам свои продукты. Они превратили свои дома в небольшие пансионаты и сдают гостям комфортабельные комнаты и квартиры, получая от туризма доход в два-три раза больший, чем от сельского хозяйства. Очень популярный в регионе зимний туризм также поддерживает практически полную занятость местного населения.

В результате успешного осуществления проекта земли общины получили статус особо охраняемой природной территории и одновременно лечебно-оздоровительной местности (курорта). Все формы туризма здесь вполне экологичны, как летом, так и зимой. За соблюдением экологичности туристских технологий строгий контроль осуществляет Управление курортом. Оно же обеспечивает рекламу и маркетинг. Крестьяне, в свою очередь, создали ряд специальных объединений и союзов, поддерживающих и развивающих принятую стратегию. Совет общины, представляющий собой эффективный орган местного самоуправления, формирует и контролирует хозяйственную и правовую политику, направляет необходимые (и весьма значительные!) общественные средства и ресурсы на мероприятия, поддерживающие принятую стратегию развития.

Будучи направленной на устойчивое развитие культурного ландшафта, традиционных форм жизни и хозяйства, местных ремесел, экономически продуктивная и экологически корректная стратегия развития способствовала сохранению не только природной, но и социально-культурной основы жизни местного населения. Как результат, молодежь больше не стремится уехать из родных мест, а напротив, активно включается в экономическую и культурную жизнь региона.

Еще один известный пример – ситуация в Национальном парке «Баварский лес» (Германия) (по: А. В. Дроздов, 2002). Площадь парка составляет 24 250 га. Территория парка принадлежит государству – федеральной земле Бавария. К национальному парку примыкает территория природного парка, его земли принадлежат, в основном, частным владельцам. Вместе национальный парк и природный парк представляют собой биосферный резерват. На туристскую инфраструктуру (дороги, тропы, сооружения, вольеры и др. посещаемые объекты и участки парка) приходится около 10% всей площади парка. В штате парка состоят 35 специально обученных гидов-рейнджеров (в большинстве своем это бывшие лесничие).

Вход в национальный парк и экскурсии по парку – бесплатные. Парк специально посещает около 10% туристов, направляющихся в восточную Баварию, что составляет около 2 млн человек в год. Из них почти 400 тысяч человек посещают информационный центр парка. Доходы бюджета федеральной земли Бавария, сопряженные с этим потоком туристов, составляют около 90 млн марок в год. Потери госбюджета Баварии из-за смены лесохозяйственного режима территории парка природоохранной – около 10 млн марок в год. Бюджет парка (выделяется Правительством Баварии) составляет около 20 млн марок. Следовательно, прямой позитивный эффект функционирования парка для Баварского правительства в денежном выражении составляет около 60 млн марок.

Существует общественная организация – Союз поддержки национального парка Баварский лес. Но этот союз и различные фонды финансируют лишь около 5% всех мероприятий парка.

Итак, основной прямой «заработок» парку обеспечивает экологичный, природно-ориентированный туризм. Однако заработок этот поступает в парк через бюджет земли Бавария. В свою очередь, в бюджет Баварского правительства средства поступают через налоги, которые платят местные предприятия туристской индустрии. Около 60–70% из бюджета парка направляется на обеспечение туризма и на экологическое просвещение.

Следует также учитывать косвенный эффект развития экотуризма: предприятия туристической индустрии стимулируют развитие местной экономики и социальной сферы (производство продуктов питания, транспортные и другие услуги, обучение, рабочие места). В денежном выражении суммарный эффект функционирования парка для региона оценить сложно, поскольку кроме «чистого» бюджетного дохода от туризма прямые доходы получают также местные предприниматели. Но можно с уверенностью утверждать, что наличие парка в этом регионе – мощный благоприятный социально-экономический фактор.

Другим примером может служить история развития экологических форм туризма на острове Маврикий (Дроздов, 2002). Это небольшой остров вулканического происхождения, расположенный в тропическом поясе Индийского океана с весьма ограниченными земельными и лесными ресурсами, малопродуктивными прибрежными морскими экосистемами и населением численностью около 1 млн человек.

До начала 70-х годов основой экономики острова являлось сельское хозяйство, не обеспечивавшее местному населению устойчивых доходов и приемлемого прожиточного минимума. В последующее десятилетие на острове начал развиваться туризм, ориентированный преимущественно на рекреационные ресурсы береговой зоны – песчаные пляжи и теплое море. К 1980 году поток туристов составлял около 100 тысяч человек в год с явной тенденцией к его увеличению. Однако, обусловленное этим процессом развитие экономики острова (строительство, возникновение рабочих мест) сопровождалось характерными негативными явлениями – такими как загрязнение прибрежных морских вод, деградация традиционного сельского хозяйства и т. п.

Поэтому власти острова, ставшего незадолго до того самостоятельным государством, приняли экологически ориентированную стратегию устойчивого развития туризма.

В соответствии с данной стратегией для туризма были выделены три прибрежные территории, суммарная площадь которых составляет только 40% береговой зоны. Остальная ее часть либо используется в традиционном хозяйстве, либо представляет собой охраняемую природную территорию. В туристских зонах разрешается строить отели только из экологических материалов и только в местном архитектурном стиле. Отели должны быть не более 12 метров высотой и не более, чем на 200 человек каждый. Развитие транспортной сети, связанной с отелями, строго контролируется. Обязательным является создание очистных сооружений. Использование морских биологических ресурсов самими туристами запрещено.

Эти и другие меры, предусмотренные стратегией развития туризма, стабилизировали экономику острова и заметно повысили уровень благосостояния местного населения. К 1990 году прибыль от развития туризма составила 250 американских долларов на душу населения, а численность туристов достигла 300 тысяч человек в год.

Обобщая эти и другие известные примеры развития экотуризма, можно выделить следующие его позитивные экономические и вместе с тем социальные функции:

1. создание новых рабочих мест для местного населения;
2. стимулирование традиционных форм природопользования, производства экологически чистых продуктов питания;
3. увеличение инвестиций как в инфраструктуру и сервис, так и в охрану природы;
4. рост благосостояния местного населения и развитие специального образования, направленного на приобретение туристических и природоохранных профессий;
5. развитие ремесел;
6. развитие местного самоуправления;
7. формирование планов развития «изнутри», с учетом интересов местных жителей.

## **2.4. Экологические эффекты природного туризма: минусы и плюсы. Вклад экотуризма в охрану природы**

*По материалам Международного общества экотуризма (TIES).  
Перевод Е. Ю. Ледовских*

### **2.4.1. Экологические эффекты природного туризма**

Развитие природного туризма на охраняемых территориях может нести с собой целый комплекс различных последствий – как положительных, так и негативных. С одной стороны, во многих странах развитие туризма оказывалось мощным стимулом для охраны редких видов и уникальных экосистем (подробнее эти вопросы рассматриваются в главе 2.4.2), ведь природный туризм – одна из немногих форм «неистощительной» экономической деятельности, не связанной с изъятием объектов живой природы (за исключением охотничьего и рыболовного туризма).

Однако без должного контроля и управления успехи в развитии природного туризма могут быстро обернуться “обратной стороной”. Небывалый рост числа любителей природного туризма создал целый комплекс проблем, которые пятьдесят лет назад никто не мог и представить. Чрезмерный и неконтролируемый поток туристов нередко является причиной деградации природной среды, снижения биологического и культурного разнообразия. Потребители туристской продукции предъявляют спрос на дикие территории, но даже небольшой рост турпотока нередко делает необходимым создание дополнительной инфраструктуры, что, в свою очередь, ведет к истощению ограниченных местных ресурсов и увеличению антропогенной нагрузки на экосистемы. Деградация экосистем в связи с созданием туристской инфраструктуры в отдельных случаях приводит к сокращению ареала обитания редких видов - например, бабочек данаид в Мексике или белок летяг в Коста-Рике.

Негативные эффекты развития туризма могут распространяться и за пределы ООПТ, затрагивая интересы окрестных поселений. При этом те места, где приток посетителей сильно увеличился, могут впоследствии испытать быстрый спад туристического бизнеса – ведь участников природных туров привлекает именно возможность ощутить себя “вдали от всех и вся”. Потоки туристов, явившись причиной разрушения природных территорий и снижения их привлекательности для будущих посетителей, «переключаются» на другие регионы, оставляя за собой загрязненные пляжи, разочарованных местных жителей и разоренную местную экономику. Таким образом, разрушая окружающую среду, от которой он зависит, туризм подрывает и свою собственную основу. В 90-е гг. за рубежом получило популярность выражение «туризм разрушает туризм».

Опыт национального парка Йеллоустон в США – одной из первых «колыбелей» природного туризма – иллюстрирует противоречивые тенденции, которые может повлечь за собой развитие такого туризма (Seballos-Lascurain, 1996). С одной стороны, масса посетителей, приезжающих с основной целью посетить Йеллоустон, обеспечивает весьма существенный доход для всего штата Монтана, где этот парк находится. Во время своего визита гости пользуются и другими услугами – ресторанами, заправочными станциями, гостиницами. Однако бурный рост туризма серьезно нарушил традиционный уклад в окрестных городах. Хотя уровень жизни местных жителей, как и в целом по штату, несколько повысился, им приходится мириться со строительством новых дорог, перегруженностью автотранспортом и потоками туристов, шумовым загрязнением, загазованностью и быстрым ростом цен на землю. На территории парка концентрация посетителей достигла такого критического уровня, что полноценное общение с природой (основная цель их приезда) стало почти невозможным. Сохранение уникальных экосистем было поставлено под угрозу. Таким образом, рост потока туристов повлек за собой широкий спектр как положительных, так и отрицательных экологических и социальных последствий. Пример Йеллоустона иллюстрирует очевидную необходимость более эффективного планирования и управления туризмом, уделяя первоочередное внимание сохранению его природной “базы”.





**Некоторые косвенные воздействия туризма на местообитания диких животных**  
(По Cole and Landres, 1995)

Элемент местообитаний	Воздействие
Почва	Потеря поверхностных гумусовых горизонтов Снижение количества пор Изменение химизма почв Нарушение влажности и температуры почв Изменение состава микроорганизмов
Растительность	Снижение плотности растительного покрова Изменение видового состава Изменение вертикальной структуры Изменение пространственного распределения Изменение индивидуальных характеристик растений
Водные экосистемы	Изменение характеристик береговой линии Изменение свойств поверхности дна Увеличение степени осаждения и мутности Изменение органического состава Изменение химизма воды

Один из наиболее полных обзоров негативных эффектов природного туризма представлен в работе Гектора Цебаллос-Ласкурейна (Ceballos-Lascurain, 1996), фрагменты которой приводятся ниже. Этот автор выделяет следующие категории (следует отметить, что разделение связанных с туризмом проблем на категории достаточно условно; в большинстве случаев экологические последствия туризма бывают множественными):

- Воздействие на геологические формации;
- Воздействие на почвы;
- Воздействие на водные ресурсы;
- Воздействие на растительность;
- Воздействие на животных;
- Изменение санитарных условий;
- Изменение эстетических особенностей ландшафта;
- Воздействие на культурную среду.

Характер и последовательность негативных эффектов могут быть в некоторой степени предсказуемы.

### ***Воздействие на геологические формации***

Вопрос об отрицательном влиянии скалолазания и спелеотуризма на геологические формации остается достаточно спорным. Значительно большее беспокойство вызывает сбор минералов, ископаемых и других геологических объектов в качестве сувениров. Один из наиболее драматических примеров подобного рода – национальный памятник природы «Окаменевший лес» (Pettrified Forest National Monument) в США, шт. Аризона. Результатом действий «охотников за сувенирами» стало полное разрушение нескольких участков ископаемого древесного покрова. В другом американском штате – Нью-Мексико – «охота за сувенирами» стала настолько популярной, что для «отвлечения внимания» туристов пришлось выделить 100 гектаров Государственного парка Роклэнд (Rockland State Park) специально для коллекционирования минералов. В ряде развивающихся стран при отсутствии соответствующего контроля имеет место истощение запаса окаменелых ископаемых (яркий пример подобного рода – Мексика, Сан Хуан Райа, Пуэбло). Во многих пещерах, чтобы сохранить сталактиты, устанавливают специальные защитные сооружения.

## *Воздействие на почвы*

Связанное с туризмом воздействие на почвы может быть нескольких типов.

При строительстве объектов инфраструктуры туризма происходит перемещение и удаление почвы. Результатом интенсивных пеших переходов могут стать оползни, обвалы и передвижения каменистых осыпей. Перемещения туристов по склонам препятствуют естественной растительной сукцессии и нередко вызывают сползание вниз почвы с верхних участков склонов. Особенно уязвимы склоны относительно молодых вулканов.

На тропах, дорогах и площадках для разбивки палаточных лагерей происходит измельчение верхних слоев почвы до порошкообразного состояния. На начальной стадии формирования тропы в результате фрагментации почвы обычно исчезают ее верхние горизонты, и, как следствие, происходят выщелачивание и эрозия. Продолжительная потеря верхних слоев почвы очень вредна для экосистем, поскольку нарушает круговорот питательных веществ и сокращает популяции ответственных за него почвенных микроорганизмов.

В пещерах, по берегам озер, на тропах и дорожках наблюдается уплотнение почвы в результате вытаптывания. Оно усиливается под воздействием транспортных средств, например, на площадках кемпингов. При длительном вытаптывании снижается способность почвы к восстановлению в связи с уменьшением количества активных корней.

Еще одно последствие уплотнения почвы – затруднение стока, что приводит к усилению эрозии и снижению доступности воды и воздуха для корней растений и почвенных организмов. Это, в свою очередь, вызывает гибель растений и смену видового состава почвенных организмов. В частности, при уплотнении сокращаются популяции более крупных видов вследствие снижения числа больших пор. Отмечено, что увеличение интенсивности рекреационной деятельности приводит к снижению количества дождевых червей, а также обилия и разнообразия почвенных артропод. В окрестностях Цюриха было обнаружено, что популяции бактерий в уплотненных почвах сократились почти в два раза.

Утрамбовывание поверхности грунта на тропах, используемых для верховой езды, может вызывать заболачивание, поскольку оно затрудняет сток и разрушает корни растений, которые при иных условиях способствовали бы восстановлению растительного покрова.

Эрозия почвы на тропах и в местах стоянок часто приписывается влиянию туризма. Однако по факту сама по себе рекреационная деятельность почти никогда не вызывает эрозии. Она лишь создает обстоятельства, при которых с большей вероятностью вступают в действие силы эрозии – ветер и вода. Сокращение наземной растительности и уплотнение почв (которые часто происходят одновременно) – это два наиболее характерных типа воздействий туристической деятельности, которые могут ускорять процессы эрозии.

Подсчитано, что для развития почвы в естественных условиях требуется около 12000 лет. Неудивительно, что эрозия почвы может привести к долговременным экологическим изменениям.

В мелких, медленно текущих прибрежных водах движение различных плавсредств (особенно моторных) нередко нарушает естественные процессы седиментации.

Еще одно серьезное последствие туристской деятельности – эвтрофикация почвы, то есть повышение ее плодородия в результате увеличения концентрации органических веществ, главным образом пищевых отходов. Продукты жизнедеятельности человека и сопровождающих его домашних животных (собаки, лошади) являются дополнительным источником органического загрязнения. В местах с интенсивным воздействием рекреации наблюдается увеличение доли травянистой растительности, требовательной к повышенному количеству питательных веществ.

Особенно чувствительны к воздействию “неустойчивого” туризма альпийские почвы. В альпийской зоне Эвереста рубка различных видов можжевельника на дрова и снятие дерна для нужд строительства вызвали потерю верхних слоев почвы. Эти процессы усиливались под влиянием выпаса скота. Степень нарушения альпийских почв в результате туризма в целом оказалась существенно выше, чем, например, в зоне лесов и кустарниковых лугов.

## ***Воздействие на водные ресурсы***

Поскольку водные ресурсы не знают ведомственных границ, на их качество на охраняемых территориях может влиять рекреационная деятельность, которая осуществляется как непосредственно на них, так и за их пределами. Разумеется, емкость водных ресурсов, обслуживающих интересы рекреации, неодинакова в разных местах. В общем и целом, чем больше людей одновременно использует данную территорию, тем выше риск снижения качества воды. Некоторые виды туризма потенциально более опасны, чем другие: например, использование моторных лодок может привести к эрозии пляжей и береговой линии, распространению водных сорняков, химическому загрязнению, замутнению мелководных участков.

Рекреационное воздействие может носить временный и сезонный характер. Олиготрофные (изначально обедненные питательными веществами) воды особенно чувствительны к внедрению отходов: в них увеличивается концентрация питательных веществ, которая в естественном состоянии очень низка. Количество жизнеспособных фекальных бактерий в осадках значительно выше, чем в обычной воде; на территориях, подвергающихся интенсивному использованию, это может представлять угрозу для здоровья. В некоторых зарубежных национальных парках усиливается проблема распространения паразитарных заболеваний в результате высокой концентрации потенциальных переносчиков – людей и домашних животных.

Проблемы эвтрофикации и бактериального загрязнения типичны для тех территорий, где при строительстве объектов инфраструктуры уделяется недостаточно внимания системе удаления нечистот. В целях сохранения качества воды при выборе территории для кемпингов очень важно правильно определить расстояние до водоемов, а также учесть потенциальное воздействие на почвы. На территориях с интенсивным использованием водных ресурсов рекомендуется периодически брать анализы состава воды.

Еще одна серьезная проблема, связанная с загрязнением воды продуктами стоков, – обширный рост водорослей, часто наблюдающийся во внутренних водах, подвергающихся рекреационному использованию. К сожалению, во многих случаях системы управления сбросом сточных вод недостаточно эффективно улавливают питательные вещества, стимулирующие рост растений. Выбросы сточных вод в закрытые водоемы иногда стимулируют рост водорослей в такой степени, что это делает невозможным их дальнейшее использование в рекреационных целях. Нити волокнистых водорослей могут сливаться и формировать на поверхности воды плотные плавучие массы, которые затрудняют плавание и движение на лодках.

Очень чувствительны к воздействию туризма прибрежные и морские воды. Многие распространенные проблемы связаны со сбросом отходов и сточных вод из курортных отелей. Это усугубляется тем, что для устранения запаха сточных вод или для растворения жиров и масел многие гостиницы используют химикаты, которые токсичны и наносят вред морской биоте.

## ***Воздействие на растительность***

(по материалам Ceballos-Lascurain, 1996, и Н.В. Бессоновой, 1997)

Туристская деятельность может оказывать прямое воздействие на видовой состав растений, которое проявляется достаточно быстро. Особенно страдает растительность нижних ярусов, подвергающаяся интенсивному вытаптыванию. Практически всегда это приводит к снижению видового разнообразия. Ущерб от вытаптывания, как правило, сильнее, нежели от устройства палаточных лагерей. Утрата отдельных видов возможна также в результате целенаправленного сбора и выкапывания растений.

В качестве примера совокупного влияния туризма на почвы и растительность рассмотрим ситуацию Тебердинского биосферного заповедника, описанную в неопубликованной работе Н.В. Бессоновой. В данном заповеднике, особенно на территории Домбая, вытаптывание травяного покрова в результате большого скопления отдыхающих является одной из важнейших экологических про-

блем. Эта проблема усугубляется тем, что экстремальные высокогорные условия существования не дают растительному покрову возможности восстанавливаться полностью и своевременно. Интенсивное вытаптывание приводит к уплотнению и эрозии почвы, угнетению травяного покрова, а затем и остальных ярусов растительности, к обеднению животного мира. Превышение предельно допустимых нагрузок на рекреационные территории в итоге приводит к дигрессии природных комплексов, потере ими способности к самовосстановлению. К сожалению, проблема эта затрагивает наиболее интересные природные объекты, интенсивно посещаемые туристами, такие как многочисленные домбайские водопады и озера. В результате эти участки быстро теряют свою эстетическую привлекательность; закономерно снижается и комфортность отдыха.

Для горнолыжных трасс в Домбае используется только склон южной экспозиции горы Мусса-Ачитара. Это значительно усиливает рекреационную нагрузку на единицу его площади. Если летом основная масса туристов рассредоточена по всей рекреационной зоне района, то зимой практически всю нагрузку получает только один склон.

Воздействие зимней рекреации начинается с нарушения снежного покрова. Часть снега на склонах уплотняется ратраками, что способствует его удержанию. При этом в некоторых местах снег сгребается до оголенной почвы или камней. Уплотнение снега оказывает воздействие на термический режим и промерзаемость почв под снегом. Обычно температура под уплотненным снегом на 8–10 градусов ниже, чем под неуплотненным, так как нарушаются воздухоёмкость снега и его теплоизоляционные качества. Под уплотненным снежным покровом почва промерзает на 80–100 см глубже, чем под ненарушенным. Наиболее существенным последствием зимней рекреации является эрозия почв на лыжных склонах. Это очень хорошо видно в летний период. Вдоль всей горнолыжной трассы на склоне горы Мусса-Ачитара практически полностью отсутствует растительность; вся трасса изрезана бороздками и канавками стока.

Помимо механического уничтожения ярусов подроста и подлеска на лесном участке трассы, воздействие на растительность состоит в изменении соотношения экологических групп видов в биоценозах под влиянием эрозии и зимнего вымораживания. Ранневесенние растения угнетаются в связи с невозможностью необходимого зимнего развития из-за чрезмерной уплотненности снега. Вдоль трассы гибнет уникальный пихтовый лес, его место занимают березовое криволестье, заросли жимолости и рябины. В травяном покрове в луговой зоне наблюдается преобладание злаковых сорняков.

В работе Н.В. Бессоновой приводятся рекомендации по предотвращению отрицательных последствий рекреационного воздействия (в основном, летнего) на экосистемы Домбая. Один из наиболее эффективных способов – распределение отдыхающих по территории на уровне допустимых для местных ландшафтов рекреационных нагрузок. Важным шагом является также благоустройство троп и мест стоянок. Поскольку территория данного района входит в состав Тебердинского государственного заповедника, к благоустройству троп надо подходить очень аккуратно. В высокогорной зоне нельзя увлекаться различными шлагбаумами, транспарантами и т. д., как это обычно делается в национальных парках или лесопарках.

Существенное и разнообразное воздействие на растительность оказывает также использование в туристических целях транспорта.

В национальном парке Масаи Мара в Кении водители туристских автомобилей часто съезжали с наезженных дорог в поисках крупных копытных и хищников. Это привело к деградации травянистой растительности на многих участках, вплоть до полной утраты растительного покрова. Саванна оказалась буквально испещрена автомобильными колеями, что разрушило естественный облик территории. Помимо этого, результатом интенсивного автомобильного движения стало изменение видового состава растительности. Специалисты были вынуждены разработать целый комплекс мер по предотвращению негативного воздействия. Их рекомендации включали строгий запрет езды вне специально отведенных дорог и введение высоких штрафов за его нарушение, создание специальных троп для наблюдений, более равномерное распределение потока посетителей в течение года в целях снижения их скопления в «пиковые» сезоны.

Ряд исследований свидетельствует о том, что увеличение интенсивности использования природных территорий в целях рекреации вызывает прогрессирующее упрощение растительного покрова, а также поверхности и структуры почв. Нарушается сбалансированность существующих местообитаний, но они не замещаются новыми. Это, в свою очередь, приводит к общему снижению видового разнообразия во всех трофических группах, во всех частях затрагиваемой экосистемы. Виды, приуроченные к эфемерным местообитаниям, обычно сохраняют или даже увеличивают свою численность за счет видов, связанных с более стабильными экосистемами, например, лесами. Некоторые компоненты экосистем более уязвимы к этим процессам упрощения - например, растительность нижних ярусов, перегнивающая древесина и верхние слои почвы. Изменение состава почвенной фауны влияет на потоки органических материалов и минералов и в итоге может оказать серьезное воздействие на типы почвы и почвенные процессы (Ceballos-Lascurain, 1996).

---

---

*Рекомендации для охраняемых территорий по уменьшению негативного влияния туризма на почвы и растительность*

Источник: Ceballos-Lascurain, 1996.

– Чтобы избежать размыва почв, эрозии и накопления грязи, число троп в пределах охраняемых территорий должно быть сведено к минимуму. Необходимо обеспечить такой порядок, чтобы посетители перемещались только по тропам. Следует также избегать интенсивного пешеходного движения, которое приводит к обнажению корней деревьев в пределах троп и в их окрестностях.

– На всех охраняемых территориях недопустимо движение транспортных средств вне специально отведенных дорог.

– Разжигание костров в национальных парках разрешается только в специально отведенных местах.

– Свободная разбивка палаточных лагерей приносит больший ущерб, нежели сосредоточение их в специально отведенных местах.

– Необходимо строго запретить строительство туристических объектов в местах, где сохранился естественный растительный покров. Для такого строительства следует использовать только места с уже нарушенной растительностью (например, в результате сельскохозяйственного использования) или представленные вторичной растительностью, ранее подвергавшейся антропогенному воздействию.

---

---

### ***Воздействие на диких животных***

В некоторых случаях природный туризм оказывает непосредственное влияние на диких животных. Так, нередко заядлые туристы целенаправленно «ищут встречи» с редкими или экзотическими видами животных. Например, наблюдатели птиц активно соревнуются, кто зарегистрирует максимальное число видов в кратчайший срок. При этом желание отметить побольше редких видов птиц приводит к вторжению в их места обитания сотен посетителей. Если туристская деятельность совпадает с уязвимыми периодами жизненного цикла видов, например, гнездованием, и если посетители приближаются к животным на близкое расстояние для фотографирования или определения их вида, степень беспокойства животных может быть велика. Однако в случаях, если беспокойству подвергаются только отдельные особи на небольшом ограниченном участке охраняемой территории, это может иметь небольшое значение для видов в целом.

Возможные результаты воздействия туристской деятельности на животных: (по Roe, 1997):

– *Нарушение пищевого поведения животных и снижение их репродуктивной способности*

Присутствие туристов, которые стремятся увидеть и сфотографировать диких животных, может воздействовать на их охотничье и пищевое поведение. Некоторые из этих эффектов «броса-

ются в глаза», тогда как иные могут выражаться в постепенных изменениях, влекущих за собой долговременные экологические последствия.

Нередко одно лишь присутствие людей может вызвать существенное нарушение поведения диких животных, особенно птиц и крупных млекопитающих. Так, наблюдения за малыми крачками (*Sterna albifrons*) в Великобритании свидетельствовали о существенном снижении успеха размножения этих птиц в результате присутствия рыбаков и купальщиков на пляжах, где они гнездятся. Некоторые виды птиц менее чувствительны к присутствию человека. Например, передвижение туристов пешком и на автомобилях практически не влияет на успех размножения белой и тундряной куропаток (Seballos-Lascurain, 1996).

При усилении беспокойства со стороны человека многие виды млекопитающих и птиц меняют свое поведение. Например, олени и серны изменяют суточный характер своих перемещений, избегая определенных районов в то время суток, когда их посещают туристы.

Увеличение интенсивности путешествий на лодках в национальном парке Ману в Перу нарушило пищевое поведение гигантских выдр. Кроме этого, в некоторых случаях гиды выкапывали яйца черепах для демонстрации клиентам или преследовали плывущих ягуаров, тапиров и выдр, чтобы дать возможность клиентам лучше рассмотреть их.

Шум от портативных радиоприемников, моторных лодок и автотранспорта является сильнейшим фактором беспокойства для диких животных. В частности, использование моторных лодок, водных лыж и других плавательных средств сильно влияет на поведение водоплавающих птиц, особенно в периоды, когда их перемещения ограничены. Особенно страдают виды, которые строят плавучие гнезда (например, большая поганка). Из-за беспокойства со стороны туристов некоторые виды покидают свои прежние местообитания. Туристы-водники на полуострове Юкатан в Мексике явились серьезным фактором беспокойства для огромных скоплений зимующих фламинго (специалисты определили, что минимальное допустимое расстояние от лодок до стай фламинго должно быть 200 м, что во многих случаях не соблюдалось). Лодочные экскурсии (в основном, связанный с ними фактор беспокойства и выбросы горючего) могут также оказать отрицательное влияние на популяции рыб.

Для многих туристов своеобразным «гвоздем программы» их тура в Африку является наблюдение охоты хищного зверя. Это оказывает сильное влияние на поведение ряда крупных хищников. Особенно чувствительными к такому воздействию оказались гепарды, так как, в отличие от многих других хищников, они ведут дневной образ жизни и относительно восприимчивы к беспокойству. В национальном парке Масаи Мара в Кении эти животные обычно охотятся утром и во второй половине дня. Но в местах, посещаемых туристами, в это время охотничья активность гепардов минимальна, поскольку именно тогда появляются люди. Пик охоты переместился на середину дня, когда посетители возвращались в гостиницы на ланч и полуденный отдых. Посетители мешают охоте гепардов и вынуждают их оставлять свою «законную» добычу. В некоторых, крайних, случаях это серьезно затрудняет питание гепардов и влияет на долгосрочное выживание их особей, особенно молодых. Проблема эта весьма серьезная, поскольку данный вид находится под угрозой исчезновения.

Движение транспортных средств сильно затрудняет поиск пищи и спаривание гепардов, львов и леопардов, а ведь именно от питания и размножения непосредственно зависит выживание этих видов. Когда посетители выходят из машин, гепарды реагируют на них значительно сильнее, чем если бы они оставались в машинах. Несколько иная ситуация складывается со львами: они обычно охотятся ночью и не подвергаются беспокойству со стороны туристов. Воздействие туристов на гепардов в разных регионах различно в зависимости от таких факторов, как количество посетителей и степень «открытости» местности. Так, национальный парк Амбосели в Кении велик по площади и активно посещается туристами. Местность хорошо просматривается. В этом парке разрешается, чтобы около одной семьи гепардов собирались до 30 автомобилей с туристами. Здесь наблюдались существенные нарушения в дневной активности гепардов: некоторые формы повседневного поведения имели место только тогда, когда автомобили отсутствовали.

Гепарды активно избегали автомобилей, не охотились в их присутствии. Другой национальный парк Кении, Масаи Мара, также активно посещается, однако степень «открытости» и «просматриваемости» местности здесь меньше, поэтому степень беспокойства животных в этом парке ниже, чем в Амбосели. Тем не менее, популяция гепардов с 1993 г. сократилась на 30%. У некоторых гепардов даже развились специфические заболевания нервной системы, связанные с высоким уровнем стресса. Национальный парк Серенгети большой по площади, но посещается он значительно реже, чем два предыдущих. Степень беспокойства гепардов здесь существенно ниже, и туризм оказывает незначительное воздействие на выживание гепардов в природе.

В целом, наиболее чувствительны к присутствию человека животные – обитатели открытых пространств. Для многих видов более важным фактором является частота встреч с человеком, а не одновременное количество людей. Администрации национальных парков необходимо держать под контролем число машин, находящихся в одном и том же районе парка в данный момент времени, и гарантировать более равномерное их распределение во времени и в пространстве, а также запретить приближаться к животным и окружать их на автомобилях в целях фотосъемки (Ceballos-Lascurain, 1996).

Есть и такие виды животных, которые выигрывают от развития туризма в ущерб другим, более редким видам, – это так называемые «мусорщики», потребляющие органические отходы, оставленные туристами. В Великобритании накопление мусора около палаточных лагерей вызвало ряд долгосрочных последствий: иммиграцию и рост популяций крыс, локальное увеличение популяций домового воробья, чаек различных видов, а также соек и лис.

В некоторых национальных парках Африки гиены использовали туристические микроавтобусы для обнаружения гепардов и воровали у них добычу (Edington and Edington, 1986; Lea, 1988).

Подкармливание людьми диких животных может нарушить естественные стереотипы их пищевого поведения. Это происходит, когда сотрудники парка пытаются показать «спектакль для туристов» или туристы предлагают пищу животным, чтобы они подошли поближе. Например, в национальном парке Комодо, чтобы гарантировать туристам зрелище гигантских драконов Комодо, им искусственно поставляли коз. Впоследствии это было прекращено, чтобы создать для туристов более естественную ситуацию. Аналогично, в Тайгер Топс (национальный парк Читван) много лет прикармливали тигров на привадах, чтобы гарантировать туристам показ этих животных. Кормление животных может вызывать разнообразные изменения в механизмах их социального поведения. На Галапагосских островах кормление наземных игуан вызвало разрушение их территориальной структуры в сезон размножения. Животные покидали свои территории и концентрировались в тех местах, где можно было выпрашивать пищу у туристов, что в итоге негативно отразилось на успехе размножения игуан. Искусственное подкармливание также может привести к полному разрушению нормального пищевого поведения. На островах Галапагос кормление туристами было настолько распространено, что после его прекращения некоторые животные были уже не в состоянии обнаруживать естественные источники пищи (Boo, 1990).

Стал хрестоматийным пример изменения поведения медведей-гризли и концентрации их популяций в окрестностях туристских центров в национальных парках США и Канады. До 1970-х гг. рацион некоторых гризли в значительной степени состоял из остатков пищи, оставленных посетителями на свалках. Когда свалки были закрыты, у медведей уменьшились размеры тела и снизились репродуктивные способности (Knight and Temple, 1995).

Помимо прочего, искусственная подкормка может привести к агрессии животных по отношению к посетителям, повреждению ими транспортных средств и мест лагерных стоянок, что, в свою очередь, влечет за собой необходимость отстрела таких особей. В Южной Африке павианы быстро привыкли получать подачки от туристов и иногда вели себя агрессивно, чтобы получить больше. Поджидая у дороги проходящие автомобили, животные выпрашивали у туристов

пищу. Такие потенциально опасные ситуации создавали серьезные управленческие проблемы. Павианов, «замеченных» в попрошайничестве, приходилось отстреливать (Roe, 1997). Аналогично, в национальном парке Мана Пулз в Зимбабве пришлось отстрелять самца слона, который переворачивал автомобили в поисках апельсинов. На реке Зимбабве имели место нападения на туристов крокодилов, гиппопотамов и буйволов в связи с увеличивающейся «фамильярностью» поведения посетителей и/или негативной реакцией на их присутствие.

*– Нарушение связей между родителями и потомством*

По свидетельству Roe, природный туризм может вызывать разрушение внутривидовых отношений. Так, в канадском заливе Святого Лаврентия в присутствии туристов было отмечено снижение заботы самок тюленей о своем потомстве. Те самки, которые оставались с детенышами, уделяли меньше времени заботам о них и предпочитали наблюдать за туристами. В Восточной Африке туристские автомобили отделяли детенышей копытных от их родителей. Если это продолжалось достаточно долгое время, нарушались механизмы их взаимного узнавания, и родители начинали игнорировать своих отпрысков. Кроме этого, для детенышей увеличивались шансы стать добычей хищников. Аналогичная проблема возникала во время туров по наблюдению за китами. В норме детеныши китов поддерживают тесный телесный контакт с матерями, но, будучи разделенными с ними, могут «переключить» свое внимание и даже «войти в тесный контакт» с бортом судна.

*– Увеличение уязвимости перед хищниками и конкурентами*

Это явление было доказано для ряда птиц, рептилий и млекопитающих.

Так, туристы, посещающие колонии новозеландского баклана и магелланова пингвина в Патагонии, способствовали увеличению количества яиц, добытых чайками. Взрослые птицы на окраинах колоний при приближении туристов стремились удалиться, оставляя гнезда незащищенными перед хищниками. Аналогично, в Мексике успех размножения в колониях бурых пеликанов, посещаемых туристами, снижался на 52–100 процентов по сравнению с теми, которые не посещались.

В национальном парке Южная Луангва (Замбия) туроператоры предпринимали ночные выезды на машинах с использованием фонарей, дающих белый свет – главным образом для того, чтобы показать леопардов во время охоты. Выяснилось, что это помогает хищникам обнаружить жертву и тем самым нарушает взаимоотношения хищник-жертва. Те же фонари, снабженные красными фильтрами, не оказывали такого сильного воздействия, т. к. интенсивность света и блеск снижались.

Иногда воздействие посетителей на взаимоотношения между конкурирующими видами не столь очевидны. Например, в результате интенсивного движения транспортных средств в Индонезии самбар и суматранский носорог покинули территории, посещаемые туристами, а тигры и медведи были вынуждены изменить свои суточные ритмы. С другой стороны, большинство приматов и белки постепенно привыкли к присутствию людей, и их популяции в посещаемых районах увеличились. Привыкание животных к людям может создавать большие проблемы, делая их уязвимыми перед охотниками и браконьерами. Например, в резервате Фишинг Бранч Ривер на Юконе, Канада, медведи гризли привыкли к присутствию ученых, поэтому перестали бояться охотников и становились их легкой добычей, как только выходили за пределы резервата.

*– Перенос болезней*

Серьезная проблема природного туризма, которую часто недооценивают, – это распространение новых видов болезней среди диких животных. Распространение болезней может происходить как при прямом контакте, так и через контакт с некоторыми продуктами, используемыми человеком. Прямое распространение болезней представляет огромную проблему для горных горилл: они очень чувствительны к человеческим вирусам и бактериям, включая туберкулез



и пневмонию, которые могут практически уничтожить целую популяцию этих животных, и без того находящихся под угрозой исчезновения. Проблема усиливается при очень близком контакте людей с гориллами, когда посетители не соблюдают правила, устанавливающие обязательную дистанцию между гориллами и туристами не менее пяти метров.

В Антарктике имели место случаи распространения новых видов заболеваний в результате развития туризма. Одно из них, получившее название «болезнь Нью-Кэстл», распространяется через зараженные продукты из мяса домашних птиц. Это может иметь разрушительные последствия для популяций местных птиц.

#### *– Гибель отдельных животных*

В национальных парках Германии движение туристических транспортных средств вызывает гибель большого числа животных, особенно зайцев, косуль и благородных оленей. Ночные автомобильные путешествия также ведут к гибели некоторых животных.

#### *– Косвенное влияние*

Помимо прямого воздействия туристической деятельности, значительно больше видов животных охвачены косвенным воздействием туризма через изменения их местообитаний. Например, в Тебердинском заповеднике на склонах, используемых под горнолыжные трассы, норные животные (кроты, мыши) зимой испытывают трудности в передвижениях из-за уплотнения и образования фирна в снежном покрове (Бессонова, 1997, неопубликованные данные). По наблюдениям ученых Тебердинского заповедника, в почвах лыжных склонов заметно снижена биомасса мезофауны. При уничтожении определенных видов растений в результате вытаптывания и других факторов исчезают и связанные с ними насекомые.

### ***Изменение санитарных условий***

Во многих национальных парках и других охраняемых природных территориях мусор и прочие отходы, оставляемые туристами, влияют на санитарное состояние естественных водоемов и источников грунтовых вод, а также почвы, растительности и воздуха. Воздействие этих проблем нередко простирается за пределы ООПТ, затрагивая также местное население.

В районе Кхумбу в Непале накопление мусора, оставленного туристами, превратилось в серьезную проблему в связи с очень длительным периодом разложения отходов на больших высотах. Продолжается накопление туалетной бумаги; во многих местах загрязняется вода. В течение последних 20 лет в этих местах поощрялась практика закапывания индивидуальных отходов в землю. Однако в результате этого окрестности популярных кемпингов и стоянок стали превращаться в настоящие «лунные ландшафты».

К сожалению, в нашей стране найдется немного туристических районов, которые избежали подобных проблем. Интересен тот факт, что в ходе социологических опросов местные жители и туристы часто бывают единодушны в поисках выхода из создавшейся ситуации. Наиболее кардинальным решением они считают регулярную уборку территории; при этом лишь очень немногие высказывают мнение о необходимости ограничения количества туристов. Другой метод – установка вдоль туристических маршрутов и на местах стоянок контейнеров для сбора мусора. Рейд, состоящий из нескольких человек, с помощью специального оборудования регулярно собирает и вывозит содержимое контейнеров. Бивуачные поляны в высокогорной зоне особенно остро нуждаются в организации специально оборудованных мест для мусора с возможностью его последующего выноса.

Во многих зарубежных природных парках при сборе мусора отделяют органические отходы от неорганических. Органические отходы могут подвергаться переработке и превращаться в удобрения. Что касается неорганических отходов, то туристам выдают специальные бумажные

пакеты для их сбора. Администрация парков всячески поощряет возврат бутылок и прочей тары после ее использования (например, с туристов при входе в парк берут залог, который возвращают им после сдачи бутылок).

По свидетельству Г. Цебаллос-Ласкурейна, на сегодня не существует абсолютно безвредных методов устранения уже произведенных отходов. Любые его формы оказывают отрицательное воздействие на окружающую среду, здоровье людей и местную экономику. Например, сжигание мусора в специальных печах загрязняет отравляющими веществами воздух, почву и воду. Единственный способ полностью избежать ущерба окружающей среде от мусора – это в принципе предотвратить его накопление, устранить источник проблемы как таковой. Это не означает необходимости отказа от каких-то видов туристской деятельности, требуется всего лишь изменить некоторые устоявшиеся стереотипы. Например, вместо использования одноразовых стаканов и банок перейти на посуду и бутылки многоразового использования.

Наилучший способ предотвратить накопление мусора – не использовать такие материалы, которые могут превратиться в мусор. Если все же приходится это делать, необходимо организовать повторное использование таких материалов на месте. Материалы, которые не могут быть использованы повторно, должны подвергаться вторичной переработке.

В стандартных системах переработки мусора перед возвращением воды в окружающую среду или перед повторным использованием ее дезинфицируют с помощью хлора или его соединений. «Обратной стороной» этого процесса является то, что хлор и его производные иногда образуют высокоустойчивые, токсичные химические соединения. По мнению многих специалистов, для использования хлора нет никаких оправданий, и для дезинфекции следует применять другие средства. Главное – гарантировать отсутствие вирулентных организмов в воде после ее обработки. Альтернативными способами дезинфекции могут служить озон и ультрафиолетовое облучение (Служба национальных парков США, 1993).

Все, кто связан с туристской индустрией – администраторы, дизайнеры, проектировщики, туроператоры, обслуживающий персонал, а также сами туристы - должны изменить свои привычки и более ответственно относиться к проблемам санитарии.

Г. Цебаллос-Ласкурейн предлагает такую стратегию предотвращения замусоривания природных территорий:

- как можно шире использовать продукты, которые минимизируют накопление мусора и не являются токсичными;
- организовать переработку органических отходов для изготовления компоста;
- повторно использовать материалы на месте или организовать сбор и переработку материалов за пределами данной территории;
- в идеале, в индустрии экотуризма не должно использоваться ничего, что не было бы пригодным для длительного использования или переработки;
- максимально использовать товары и материалы местного производства, так как это сводит к минимуму необходимость транспортировки и хранения и требует меньше упаковочных материалов;
- эффективная переработка требует сортировки отходов, поэтому для пригодных к ней материалов необходимо обеспечить специальные контейнеры.

### *Эстетическое воздействие на ландшафты*

Результатом безответственной и неконтролируемой деятельности туристов может стать значительное снижение эстетических свойств местных ландшафтов. Естественно, это ухудшает впечатления туристов и не вызывает у них желания посетить такие места в дальнейшем. Как уже обсуждалось ранее, самым распространенным воздействием подобного рода является замусоривание, особенно вдоль дорог и троп.

Долгое время территория Кхумбу в Непале служила хрестоматийным примером деградации природной среды в Гималаях, вызванной туризмом. Маршрут от аэропорта Лукла до базового лагеря у подножия горы Эверест даже получил «крылатое название» – «тропую мусора и туалетной бумаги». Однако самое большое беспокойство вызывают не бумажные отходы, а накопление консервных банок. С 1963 года выше базового лагеря было выброшено несколько сотен пустых кислородных бутылок.

Другую серьезную проблему для многих охраняемых территорий по всему миру представляет вандализм: срезание коры деревьев, нанесение надписей на стволах, скалах, археологических объектах и валунах вдоль природных троп, разрушение изгородей и других сооружений.

Высокая концентрация туристов сама по себе снижает эстетическую ценность территории и, как следствие, ослабляет желание туристов посещать эти места в дальнейшем и их готовность платить за такое посещение.

### ***Влияние на исторические объекты***

Нередко фокусом туристской деятельности являются крупные раскопки, этнографические и исторические объекты, например, наскальная живопись. При отсутствии надлежащего контроля это может вызвать немало проблем. Ярким примером служит наскальная живопись в пещерах Lascaux во Франции. С 1948 года в течение 10 лет пещеры были открыты для публики, их посещало около 125 тысяч человек в год. Вскоре наскальные рисунки оказались скрытыми под покровом микроскопических водорослей. Выяснилось, что этому способствовало появление посетителей: в пещерах повысилась влажность и уровень освещенности, в воздухе появился протеин. Очевидно, главным источником протеина было дыхание людей, вернее, содержащиеся в нем пыльца и бактерии. С 1963 г. пещеры были закрыты для публики до тех пор, пока не будет найден приемлемый метод предотвращения развития водорослей.

В южной Англии интенсивная деятельность туристов привела к локализованной эрозии различных участков раскопок, относящихся к Бронзовому веку. На одном из таких участков берега много лет подвергались вытаптыванию и были испещрены множеством троп. Это вызвало эрозию, в результате которой понизилась высота берегов, существенно изменился их облик, снизилась археологическая ценность местности. Ущерб, вызываемый туристами, в данном случае особенно серьезен, так как, в отличие от некоторых природных ресурсов, никакие финансовые или технические вложения не в состоянии возместить утраченное.

\* \* \*

В целом, степень и характер воздействия туризма на экосистемы зависят от ряда факторов – в частности, от *количества туристов, регулярности их пребывания, характера их деятельности*, а также *экологических особенностей* конкретных территорий и от того, на какой *стадии жизненного цикла* животных и растений происходит посещение (Ceballos-Lascurain, 1996).

Так, несколько небольших туристских групп за сезон (что характерно для начальной стадии развития туризма в регионе) обычно оказывают относительно небольшое воздействие, особенно, если это – специалисты или серьезные любители природы, которые обладают знаниями о посещаемом регионе и не требуют создания специальных объектов инфраструктуры и индустрии развлечений. Однако, по мере роста туристской известности региона потоки посетителей увеличиваются, в них начинают доминировать «обычные» массовые туристы, создается поддерживающая инфраструктура. Проблемы возникают, когда потоки туристов достаточно велики и имеет место превышение допустимых нагрузок, чрезмерное использование ресурсов. В качестве примера рассмотрим развитие индустрии природного туризма в Африке и Латинской Америке. В первом случае оно привело к высокой концентрации автомобилей, используемых для показа диких животных. В Южной Америке, напротив, популярны пешие маршруты для небольших групп. Экологические последствия туризма в этих двух случаях весьма различны. Отрицатель-

ные эффекты туризма в Африке уже описывались выше. Напротив, исследования нескольких парков в Латинской Америке не установили каких-либо существенных негативных воздействий, вызванных туризмом (Boo, 1998).

Чтобы успешно планировать и управлять развитием экотуризма, необходимо четко представлять, какие экологические последствия возможны при том или ином виде природного туризма, который вы собираетесь развивать (они схематично представлены в таблице 2.2.)

Таблица 2.2

### Воздействие различных видов природного туризма на окружающую среду

Источник: Strasdas, 2004 (с изменениями)

Виды туристской Деятельности	Воздействующие факторы	Возможные последствия
<i>Классический познавательный природный туризм</i>		
Походы/прогулки	Прокладывание дорожек/ троп	Разрушение растительного покрова
	Ходьба, вытаптывание	Разрушение растительного покрова, эрозия и уплотнение почвы
Наблюдение за животными/фото-сафари	Физическое присутствие, шум	Беспокойство животных, изменение их поведения (особенно в период выведения потомства и при добывании пищи), снижение репродуктивного успеха, сокращение популяций
	Кормление животных	Поведенческие изменения, нарушение популяционной структуры, смена видового состава
	Обустройство искусственных водоемов и солонцов	Неестественная концентрация животных, эрозия и уплотнение почвы, повреждение растительного покрова
Прогулки на лодках/каное	Физическое присутствие	Нарушение естественного поведения животных, обитающих в водной среде, нанесение ущерба водной растительности (прежде всего в малых водоемах)
Транспортные средства	Ночные выезды, внедорожная езда	Гибель животных, ущерб почве и растительности, беспокойство животных, загрязнение воздуха
Кемпинги/пикник	Обустройство лагеря, ходьба	Эрозия и уплотнение почвы, разрушение растительного покрова
	Шум	Негативное воздействие на животный мир (см. выше)
	Мусор	Эвтрофикация, опасность для животных, негативное воздействие на ландшафт
	Сбор дров для костра	Разрушение биотопов, эрозия и удаление питательных веществ (прежде всего в высокогорье); опасность лесных пожаров
	Умывание с мылом в водоемах	Загрязнение вод и эвтрофикация
Покупка/ изъятие из природы «сувениров»	Покупка перьев, сувениров, изготовленных из частей тел животных, живых животных	Сокращение редких видов животных и растений, порча природных достопримечательностей, стимулирование браконьерства, нарушение естественных процессов
	Покупка/ изъятие кораллов, раковин	Разрушение рифов, сокращение видов
Вандализм		Порча природных объектов

*Приключенческий туризм*

Альпинизм/треккинг	Физическое присутствие, ходьба	Разрушение растительности, изменения поведения животных
	Бурение отверстий, известковые следы	Повреждение скал и ухудшение их внешнего облика
Ныряние	Откалывание кораллов	Повреждение рифов
	Подводная охота	Сокращение видов рыб
Водные походы (каноез, каяки)	Физическое присутствие	См. прогулки на лодках
	Прогулки на суше	При ходьбе повреждается растительность на берегах водоемов
Рафтинг	Посадка на плот/катамаран и причаливание	Эрозия и уплотнение почвы, нанесение ущерба растительности на берегу
	Транспортировка плотов	Эрозия и уплотнение почвы, нанесение ущерба растительности
	Рубка деревьев для сборки катамаранов	
Авиаспорт	Присутствие летательных аппаратов	Фактор беспокойства животных, изменение поведения, снижение репродуктивного успеха
	Транспортировка летательных аппаратов	Эрозия и уплотнение почвы, нанесение ущерба растительности

*«Потребительский» природный туризм*

Охота	Превышение квоты на отстрел	Сокращение видов животных
	Охота за пределами выделенных территорий	Сокращение видов животных, изменение поведения и популяционной структуры
	Нарушение этических принципов охоты	Мучения животных
Спортивная рыбалка	Превышение квот	Сокращение видов рыб, изменение видового состава

*Зимние виды спорта, авиаспорт и эксплуатация объектов отдыха в горных экосистемах*

	Создание технической инфраструктуры	Горные леса и луга, зона криволесья: полное изменение среды обитания, вызванное корчеванием, планировкой рельефа
	Прокладка подъемников и горнолыжных трасс	Массовое перемещение видов, вызванное эвтрофикацией, механическими повреждениями, эрозией
	Обслуживание лыжных трасс	Механические повреждения, эрозия, вытеснение чувствительных к внешнему воздействию видов фауны
Равнинные лыжи, лыжные прогулки, другие виды лыжного спорта	Занятия лыжным спортом	Горные леса и луга, зона криволесья, болота: Вытеснение чувствительных к внешнему воздействию видов фауны, например, тетеревиных
Авиаспорт (дельтапланеризм, парапланеризм)	Езда вне проложенных трасс и лыжней	Недоступные горные территории, скалы, открытые равнины: Вытеснение чувствительных к внешнему воздействию видов фауны (птиц, млекопитающих)

Объекты отдыха, хижины и приюты		Водоемы, солнечные склоновые территории: Нанесение вреда прибрежной флоре, теплолюбивым видам растений и животных
	Расположение в наиболее привлекательных местах	Долины, склоновые территории: Вред, наносимый экосистемам застройкой территорий, нарушением единства территории, эрозией. Непривлекательный, «урбанизированный» облик местности
	Дорогостоящая транспортная инфраструктура из-за разбросанности объектов	Горные леса, зона криволеся: Нанесение вреда вплоть до полного уничтожения
	Использование древесины (как строительного и отопительного материала)	Олиготрофные горные водоемы: Перемещение видов, вызванное эвтрофикацией
	Недостаточная очистка сточных вод	Водоемы, ущелья, бедные питательными веществами, растительные сообщества: Перемещение видов, вызванное эвтрофикацией, возникновение угрозы для животных
	Нерегулируемая утилизация бытовых отходов	Деградация естественных ландшафтов, ущерб диким животным, здоровью туристов и местных жителей

Иногда воздействие туризма бывает трудно определить в связи со сложностью экосистем, долгосрочными кумулятивными эффектами. В некоторых случаях влияние туризма может ускорять естественные природные процессы.

Даже если удалось успешно выявить специфическое воздействие туризма, дальнейшие сложности могут возникнуть при определении, является ли данное воздействие биологически значимым в долгосрочной перспективе. Так, например, потревоженные животные могут кормиться или гнездиться в другом месте, а дорога, проложенная в лесу, может быстро зарости, если больше не используется. Даже если установлено, что влияние туризма существенно, иногда развитие туризма является по факту «наименьшим из всех зол». Во многих случаях оно является альтернативой более разрушительным для окружающей среды видам природопользования (выращивание монокультур для сельскохозяйственного экспорта, интенсивные рубки леса, браконьерство на охраняемых территориях). Таким образом, если признано необходимым охранять какую-либо территорию, генерируя для этого доход через развитие туризма, приходится допустить некоторое воздействие туризма на местные экосистемы.

Следует отметить, что негативные последствия, описанные в этой главе, отнюдь не всегда являются непереносимым атрибутом развития природного туризма. **Можно и нужно контролировать воздействие туризма на окружающую среду и управлять им.** Именно такой подход отличает истинно экологический туризм.

Необходимо научиться планировать использование природных ресурсов в процессе туризма без их деградации, а также умело управлять туристическими потоками и их потенциальным воздействием. При разработке программ развития туризма вплоть до отдельных туристских мероприятий всегда должны продумываться и приниматься в расчет возможные негативные последствия. Эти вопросы подробно рассматриваются в главе 4.16.

*Следует особо подчеркнуть, что, если туризм наносит вред окружающей среде, то он не является истинным экологическим туризмом. Задача экотуризма – свести к минимуму отрицательные*

*последствия путешествий в природу и максимально увеличить их возможные преимущества. По факту, «истинно» экологический туризм – одно из наиболее действенных средств охраны окружающей среды.*

### **2.4.2. Вклад экотуризма в охрану природы**

В истории международного экотуризма можно найти немало примеров того, какое огромное природоохранное значение имело его развитие.

Именно туризм сделал экономически реальным создание ряда охраняемых территорий, которые в противном случае не получили бы природоохранного статуса. Так произошло в нескольких африканских странах после получения ими независимости. В сложной, противоречивой социально-экономической обстановке возможность сохранения уникальных природных уголков вызывала у специалистов серьезные опасения. Однако экологи сумели доказать, что охрана природы может не только в буквальном смысле слова “платить за себя”, но и способствовать – за счет развития индустрии туризма – подъему местной экономики. Сохранение уникальных экосистем стало жизненно важным экономическим аспектом стран Восточной Африки. Национальные парки этих стран возникли и развивались почти исключительно благодаря привлекательности для международных туристов, способствуя притоку иностранной валюты в страну. Таким образом, туризм является эффективным средством привлечения капитала в природоохранную сферу.

За рубежом проведено множество исследований роли отдельных охраняемых территорий в местной и региональной экономике. Большинство из них доказывает экономическую эффективность ООПТ в условиях рыночной экономики (Вoo, 1993). Как уже упоминалось, Парк дес Волканс в Руанде благодаря туризму стал третьим в стране крупнейшим источником иностранной валюты.

Выяснилось, что, находясь под охраной, дикие животные могут приносить даже больший доход, нежели в качестве объектов охоты или других форм традиционного использования. И причиной этого является туризм.

Стал хрестоматийным следующий пример. В национальном парке Амбосели в Кении доход от использования популяции львов в качестве объекта экотуризма составлял 27 тысяч долларов в год на одну особь. Таким образом, за свою жизнь один лев “зарабатывал” более 500 тысяч долларов (Western & Henry, 1979; Tresher, 1981). В то же время стоимость охоты на львов для иностранного охотника (21-дневный тур) составляла 8500 долларов. Выделанная шкура льва стоила от 960 до 1325 долларов. Таким образом, стало очевидным, что туризм бесспорно является наиболее экономически эффективным способом «использования» этих животных – он приносит существенный доход и при этом не требует умерщвления самого «объекта». Аналогично стадо слонов «оценили» в 610 тысяч долларов в год. Как и львы, эти животные оказались значительно более «ценными» в качестве объекта для привлечения туристов, нежели как источник слоновой кости. По расчетам Western (1985), «экономическая отдача» национального парка Амбосели в индустрии туризма составляет около 40 долларов на гектар. Если бы эта территория использовалась в сельскохозяйственных целях, даже по самым оптимистическим прогнозам ее финансовая ценность снизилась бы в 50 раз – до 0,8 долларов за гектар.

Другое исследование показало, что дикие животные парка Амбосели, будучи главным фактором, привлекающим в парк многочисленных туристов, приносят годовой доход в 18 раз больший, чем если бы они подвергались охоте в целях производства продуктов питания (даже при условии оптимального развития и коммерциализации этой индустрии) (Western, 1984, Lindberg, 1998). Таким образом, детальная эколого-экономическая оценка в данном случае выявляет огромное преимущество экотуризма перед другими, более истощительными видами использова-

ния природных ресурсов. Учитывая меньшие затраты и большие удельные доходы по сравнению с массовым туризмом, экономическая эффективность экотуризма во многих случаях может быть весьма существенна.

Разумеется, далеко не везде экономическая отдача природного туризма настолько велика. Немаловажно, что изучаемые парки Восточной Африки имеют достаточные объемы туризма благодаря возможности свободно наблюдать таких крупных и широко известных животных, как львы, гепарды, слоны и носороги. В нашей стране лишь весьма немногие природные территории могут гарантировать возможность наблюдать крупных животных без длительных и сложных приготовлений. Тем не менее, как показывает зарубежная практика, это еще не повод для чрезмерного пессимизма. Обратимся к примеру стран Латинской Америки, где лишь единичные природные парки могут похвастаться фауной, которая столь же широко известна, как африканская. В нескольких парках Белиза водится ягуар, но это животное очень осторожно, и туристам его увидеть крайне трудно (как тут не вспомнить нашего амурского тигра). И характер пребывания туристов здесь совсем иной, нежели в Восточной Африке, где в целях безопасности они не покидают автомобилей и автобусов. В Латинской Америке получить представление о большинстве парков можно, только пробираясь пешком небольшими группами, наблюдая захватывающее разнообразие растений и насекомых, наслаждаясь редкими зрелищами дождевого тропического леса. И, тем не менее, имеющиеся данные позволяют судить о достаточной экономической эффективности туризма на таких территориях.

Итак, при правильной организации развитие природного туризма обеспечивает финансовые средства для охраны природных экосистем. Понятно, что охраняемые территории со средним или высоким количеством туристов получают больший доход, нежели те, посещаемость которых очень низка. Полученный доход дает им возможность усовершенствовать систему охраны, развивать научные исследования, разрабатывать и воплощать в жизнь менеджмент-планы, совершенствовать работу в области экологического образования – как с экотуристами, так и с местными жителями. Таким образом, по мнению ряда зарубежных экспертов, охраняемые природные территории с более высоким числом туристов, хотя и подвергаются некоторому экологическому стрессу, получают преимущества в виде улучшения их управления и охраны. Кроме того, парки с большим количеством посетителей могут обеспечить больше рабочих мест для своих сотрудников (а также для жителей близлежащих поселений), расширить возможности для их обучения и дальнейшего профессионального роста. Доходы от туризма могут содействовать развитию и улучшению технических условий (например, систем санитарной очистки) как для туристов, так и для местных жителей.

Для российских ООПТ в условиях сокращения бюджетного финансирования экономическая роль экотуризма и эколого-экскурсионной деятельности весьма актуальна. Немаловажно и то, что развитие экотуризма обычно не требует создания дорогой и обширной инфраструктуры. Таким образом, экотуризм в потенциале может обеспечить получение относительно высоких удельных доходов при минимальных изначальных затратах. В нашей стране появились примеры подобного рода. Так, доходы от эколого-экскурсионной деятельности, получаемые за летний период экоцентром Дальневосточного морского заповедника, сравнимы с масштабами государственного бюджетного финансирования.

Однако не хотелось бы, чтобы у читателя сложилось впечатление, что экологический туризм “автоматически” несет с собой все перечисленные экономические преимущества. За рубежом имеется немало примеров, когда развитие туризма не обеспечивало ожидаемого дохода для ООПТ и местного населения. Доля туризма в местной экономике была очень мала, и получаемые от него доходы были несопоставимы со средствами, которые требовались для управления и охраны природных территорий. В Латинской Америке, по свидетельству Элизабет Бу (1990),



на каждый парк, который привлекателен для посетителей и успешно получает прибыль от этого, приходится десяток других парков, которые не добиваются успеха в развитии туризма, так как либо слишком далеки от крупных центров, либо в них не налажены охрана и управление, отсутствует инфраструктура, необходимая для приема посетителей и дающая им возможность тратить деньги. Для того, чтобы туризм реально стал «работать» на благо охраняемых территорий, необходимо тщательное планирование и продуманная организация этой деятельности (подробнее см. раздел 4).

Следует тщательно оценить затраты и возможные доходы от развития природного туризма, чтобы определить, реально ли получение охраняемой территорией некоторой прибыли или хотя бы самофинансирование. Специалисты предупреждают, что во многих случаях для реализации природоохранных программ потребуется некоторое внешнее финансирование, поскольку не все важные с экологической точки зрения территории в состоянии получать достаточные для самоподдержания денежные средства за счет туризма. На некоторых уязвимых территориях в принципе невозможен туризм. Во многих случаях туризм следует рассматривать *не как путь к полному самофинансированию, а как важный источник дополнительных финансовых средств для ряда направлений деятельности ООПТ* – в частности, для реализации менеджмент-планов и образовательных программ, а также для развития научных исследований.

Не менее важно, что экотуризм и экологические экскурсии являются важнейшей формой экологического просвещения и образования, служат делу пропаганды охраны природы, повышению общественного престижа и поддержки ООПТ. В настоящее время большинство охраняемых территорий понимают, что успех их основной деятельности невозможен без внимания и поддержки общественности. А наилучший способ стимулировать общественную поддержку охраняемых территорий – это дать людям возможность лично соприкоснуться с уникальными природными ландшафтами, почувствовать свою сопричастность к их сохранению. Организация экотуризма – это возможность наладить прямой контакт с представителями администраций и потенциальными спонсорами. Так, экологические туры, организованные одним из дальневосточных заповедников для сотрудников крупной коммерческой компании, положили начало их долгосрочному сотрудничеству. Нередки случаи, когда экотуристы совершают дополнительные денежные и иные пожертвования на нужды посещаемых ими заповедников. Обычно это происходит тогда, когда группы сопровождают квалифицированные гиды, которые рассказывают посетителям о деятельности и проблемах наших ООПТ и объясняют, что даже небольшие пожертвования могут оказать реальную помощь.

Бесспорное преимущество экотуризма состоит в том, что он дает местным жителям финансовые стимулы для охраны природы своего края, содействует налаживанию их сотрудничества с охраняемыми территориями. Ведь нередко многие проблемы охраняемых территорий являются результатом конфронтации с местным населением, которое вынуждено конкурировать с ООПТ за использование природных ресурсов как средств к существованию. Туризм может быть реальной экономической альтернативой для населения сельских местностей, остро нуждающихся в дополнительных финансовых средствах, наглядно показывая, что выгоднее сохранять редкие виды и заповедные уголки в первозданном виде. Однако требуется серьезная работа, чтобы местное население не только участвовало в туристской деятельности и получало от этого адекватные доходы, но и видело прямую взаимосвязь своего благосостояния и сохранности природного и культурного наследия (более подробно о том, как это сделать, рассказывается в главе 4.12).

В современных экономических условиях в России развитие экотуризма имеет ряд дополнительных преимуществ с точки зрения сохранения природных комплексов. Экотуризм является одним из весьма немногих (а в некоторых случаях и единственно возможным) видом экономической деятельности наших заповедников, созвучным их основным задачам. Российская и зару-

бежная практика свидетельствует о том, что во многих случаях, когда возможность развивать экотуризм не используется, его “экологическую нишу” неизбежно занимают другие, более разрушительные для ООПТ, виды природопользования. В пост-перестроечное время в России многие виды экономической деятельности потерпели крах. В условиях высокой безработицы местное население, особенно в отдаленных районах, было вынуждено обратиться к традиционным средствам выживания, например, разведению скота, выращиванию сельхозкультур, охоте и сбору дикоросов. Эти процессы неизбежно затрагивали и охраняемые территории. Показателен пример Тебердинского заповедника (Чехоева, 1998). С началом перестройки и затянувшимся экономическим кризисом туристический поток на Кавказ как из России, так и из-за рубежа резко сократился. Теберда и Домбай, а вместе с ними и заповедник, опустели. Однако, как это ни парадоксально, антропогенный пресс на весь природный комплекс только усилился. Местное население, существуя многие годы от доходов в сфере туризма и не имея других источников получения прибыли, стало разводить в большом количестве скот. Небольшая территория курортной зоны, где было разрешено выпасать скот, уже не обеспечивала потребности в кормах. Между администрацией заповедника и местным населением возникла конфликтная ситуация: на охраняемую территорию стали смотреть как на неиспользуемые природные ресурсы. Руководство Тебердинского заповедника было вынуждено идти на компромисс с населением, выделить с согласия вышестоящих инстанций дополнительные пастбища, а также расширить существующие пастбища для сотрудников заповедника, чей жизненный уровень также существенно упал. В заповедных лесах появились новые проблемы: самовольная заготовка деловой древесины, вырубка хвойного молодняка в предновогодний период и некоторые другие. Организация круглосуточных дежурств, патрулирование заповедной территории, установка контрольно-пропускных пунктов на дорогах, привлечение сотрудников Министерства внутренних дел и пограничной службы не смогли предотвратить ущерб, наносимый природному комплексу. Природоохранная пропаганда в виде лекций, выступлений в СМИ оказалась недостаточно эффективной. Стало совершенно очевидным, что для нормального функционирования заповедника, сохранения природы Северного Кавказа необходимо принимать меры по возрождению в этом регионе индустрии туризма. В настоящее время развитие туристической деятельности находит понимание у всех слоев населения, которое связывает свое экономическое благополучие не со скотоводством, а с туристическим бизнесом и работой в туристической инфраструктуре.

Этим не исчерпывается возможная роль экотуризма на охраняемых территориях.

За рубежом становится все больше туристов, которые во время своего пребывания в национальных парках стремятся оказывать им активную помощь, обновляя и ремонтируя тропы, убирая мусор, помогая в учетах животных. Особое распространение получают специализированные «волонтерские» программы, когда любители природы целенаправленно совершают поездки с целью оказать помощь охраняемым территориям в научных исследованиях или природоохранной деятельности (и при этом оплачивают свои транспортные расходы и проживание). Для многих ООПТ и отдельных специалистов это является единственной возможностью заработать средства на продолжение научных исследований и проведение экспедиционных работ.

В некоторых природных парках Латинской Америки туристы даже выступают в качестве «неформальных сотрудников охранной службы», собирая информацию о случаях браконьерства, нарушениях лесного покрова, изменениях экологических условий (например, лесных пожарах). ООПТ с большим числом туристов располагают и более полной информацией о состоянии своих экосистем (Вoo, 1998).

Некоторые серьезные туроператоры, заинтересованные в поддержании высокого качества окружающей среды в местах проведения своих путешествий, устанавливают более тесные и длительные контакты с конкретными ООПТ и укрепляют сотрудничество с природоохранными организациями. Ряд американских компаний, специализирующихся на орнитологических турах, регулярно посещают одни и те же парки Латинской Америки и жертвуют немалые средства на их охрану и поддержание. В нашей стране один из первых примеров подобного рода связан

с Муравьевским парком устойчивого природопользования, организованным в дальневосточном регионе кандидатом биологических наук С.М. Смиренским. На протяжении нескольких лет на конкурсной основе парк принимает группы учителей и экотуристов из США, которые участвуют в проведении летних экологических школ с местными учителями и школьниками. Многие из них поддерживают с парком постоянный контакт, оказывали и продолжают оказывать финансовую помощь, и даже по собственной инициативе зарегистрировали в США общественную организацию под названием «Друзья Муравьевского природного парка».

Еще один положительный аспект развития экотуризма (особенно научного туризма) – это возможность расширить международные контакты наших ОПТ, принять участие в международных проектах совместно с учеными других стран.

Таким образом, правильная организация экотуризма может способствовать достижению *природоохранных, эколого-образовательных, пропагандистских и экономических целей* охраняемых территорий.

В случаях, когда природный туризм развивается стихийно, без должного планирования и управления, нередко не удается реализовать описанные выше преимущества. Как показывают новейшие исследования, во многих случаях на практике концепция экотуризма толкуется неверно и широко используется как маркетинговое орудие для развития любых форм туризма, так или иначе связанных с поездками в природу. Имеется тенденция к коммерциализации и маскировке определенных схем туризма под устойчивый, природный и экологический туризм, так называемый «зеленый камуфляж». Нередко бизнес, который представляет себя как «устойчивый», «экологический», «зеленый», «ответственный», «экотуризм» и т. п., на деле таковым не является, т. к. не соответствует общепринятым стандартам экотуризма или, еще хуже, находится в противоречии с ними. Один из способов преодоления этого противоречия – сертификация туров и отдельных их составляющих (этим вопросам посвящена глава 2.6).

Одна из возможных проблем развития природного туризма – недостатки системы управления. Правительства, имеющие административный ресурс для охраны природы, не всегда могут эффективно управлять территориями, перспективными для экотуризма. Правовые нормы в природоохранной сфере могут быть очень расплывчатыми и неэффективными. В некоторых случаях управление туристскими объектами передавалось частным компаниям в качестве альтернативы государственной административной системе. Предполагалось, что эти компании заинтересованы в сохранении окружающей среды, так как туристы будут платить больше за посещение нетронутых уголков дикой природы. Тем не менее, теория оказалась очень далекой от практики. Туристские компании «снимали сливки» с первых туристов, но потом растущая конкуренция заставляла их сокращать расходы на охрану природы, тем самым увеличивая свою прибыль за счет конкурентной цены и растущего турпотока. Возникает замкнутый круг, ведущий к разрушению экосистемы.

Однако возникающие проблемы несопоставимы с экономическими и социальными выгодами, которые приносит экотуризм при его правильной организации, и во многом зависят от экономической ситуации в каждой конкретной стране. В странах, где правительства вкладывают средства не только в развитие турбизнеса, но и в охрану природы и защиту внутреннего рынка, экотуризм развивается динамично и отвечает международным целям и стандартам. В развивающихся странах, где на первое место из-за финансового положения страны нередко ставится прибыль, во многих случаях имеет место стихийное развитие природного туризма (который нельзя назвать «истинным» экотуризмом), связанное со значительным воздействием на окружающую среду и коммерциализацией уникальных природных объектов. *Проблемы природного туризма преодолимы с помощью тщательно разработанных правовых норм и комплексного подхода к его развитию и поддержке.*

## **2.5. Особенности и опыт развития экологического туризма за рубежом**

*Д. Киричевский*

### **«Экологизация» международной туристской индустрии**

В последние годы в международной туристской индустрии усиливаются следующие **тенденции**:

– **Среди путешественников во всем мире растет спрос на экологически устойчивый и ответственный туризм.** Большинство туристов интересуется социальными, культурными и природоохранными аспектами, связанными с посещаемыми ими территориями. Они хотят узнать об этом как можно больше еще до начала поездки, и нередко это служит основной мотивацией для выбора предложений конкретного туроператора, специализирующегося в сфере экологического туризма. Среди большого числа туристов существует устойчивая тенденция выбирать для путешествия нетронутые уголки дикой природы. Для большинства из них важно, чтобы поездка не навредила местным экосистемам. Они готовы останавливаться в тех гостиницах, которые участвуют в охране природы, и считают, что туристский бизнес должен заботиться о местных экосистемах и культуре.

– **Среди туроператоров растет заинтересованность и участие в экологически устойчивом туризме.** Три четверти всех туроператоров, занимающихся путешествиями в дикую природу, намерены придерживаться принципов устойчивого туризма. Специализированные туроператоры, привлекая клиентов, широко рекламируют экологическую устойчивость своих туров. В мире растет спрос на экотуристские предложения; во многих странах правительства активно поддерживают создание новых природных парков, принятие правовых норм, которые защищают местных туроператоров и способствуют возникновению благоприятного климата для развития экотуризма.

– **Усиливается значение сертификационных программ.** Их важность хорошо осознается как потребителями, так и туроператорами и правительствами ряда стран. Программы сертификации призваны решить ряд проблем, возникающих при развитии природного туризма, и в частности, проблему неустойчивых туристских практик, которые прикрываются лозунгом экотуризма. Сертификация и определенные знаки качества помогают туристам лучше ориентироваться на рынке экотуристических продуктов, а правительству поддерживать лучшие начинания. На данный момент не существует единой, принятой во всем мире системы сертификации в экологическом туризме, но основные ее принципы уже разработаны и с успехом применяются в ряде стран – например, в Швеции, Австралии и Канаде (подробнее эти вопросы рассматриваются в главе 2.6).

– **В мире возрастает роль ассоциаций экологического туризма.** Ассоциации поддерживают высокий уровень единых стандартов и принципов экотуризма в своих странах. У них больше возможностей заниматься широкой социальной работой и поддерживать местные сообщества, одновременно им легче защищать права своих членов и продвигать свои турпродукты и предложения на международном рынке. Ассоциации дают возможность небольшим турфирмам и поставщикам услуг на местах продавать свои турпродукты и услуги, тем самым средства напрямую поступают в местную экономику.

– **Активная роль государства способствует развитию экотуризма.** Пример ряда стран, где экотуризм развивается наиболее успешно, показывает, что разумная государственная политика и разработанная нормативная база позволяют избежать недостатков природного туризма, придать ему устойчивый характер и содействуют экономическому процветанию регионов, решая при этом задачи охраны окружающей среды.

Рассмотрим опыт нескольких стран – признанных лидеров в сфере развития экотуризма.

## *Природный туризм в Коста Рике*

Туризм в Коста Рике – один из наиболее быстро развивающихся секторов экономики и эффективный поставщик иностранной валюты в страну. С 1999 г. туризм приносит в страну больше валюты, чем экспорт бананов, ананасов и кофе, вместе взятых. Туристский бум начался в 1987 г. Количество туристов выросло от 329 тыс. в 1988 г. до 1,03 млн в 1999 г. и 2,09 млн в 2008 г. (таблица 2.3), что позволило стране в 2008 г. заработать 2,14 млрд долларов. В 2005 г. 13.3% населения страны были прямо или косвенно заняты в индустрии туризма. В 2008 г. туризм составил 7,2% ВВП Коста Рики и 22,7% заработанной иностранной валюты.

*Таблица 2.3.*

### **Количество туристов, посетивших Коста Рику**

Год	Туристы (x1000)	Год	Туристы (x1000)	Год	Туристы (x1000)
1988	329	1995	785	2002	1113
1989	376	1996	781	2003	1239
1990	435	1997	811	2004	1453
1991	504	1998	943	2005	1679
1992	611	1999	1032	2006	1725
1993	684	2000	1088	2007	1973
1994	762	2001	1131	2008	2089

С оборотом в индустрии туризма US\$1,97 млрд в год, Коста Рика является самой посещаемой страной в Центральной Америке. В 2007 г. соотношение туристов и местных жителей составило 422 на 1000, стало одним из самых высоких в Карибском бассейне и превысило такие популярные направления в Латинской Америке, как Мексика (210), Доминиканская республика (380), Бразилия (30). В 2008 г. количество туристов в Коста Рике превысило двухмиллионную отметку, а доход от туризма вырос до 2,2 миллиардов USD.

В 2008 г. большинство туристов прибыло из Северной Америки (38,6%), соседней Никарагуа (21,8%) и Канады (5,2%). Доходы от туристов из Европы и Северной Америки, которые вместе составили 60% общей прибыли, достигли 1000 долларов на человека. Другие страны, формирующие туристический поток – Панама (3,5%), Мексика (2,9%) и Испания (2,6%). Согласно исследованиям 2006 г., посетители из Карибского бассейна и Латинской Америки ехали в Коста Рику в основном с деловыми и профессиональными целями, в то время как большинство американцев, европейцев и канадцев приезжали на отдых. Рекомендации друзей и родственников становятся основным мотивом для поездки в Коста Рику. Главная жалоба туристов – плохое состояние дорог.

Важным конкурентным преимуществом страны стала хорошо организованная система природных парков и других охраняемых территорий, которые занимают 23,4% площади страны. Природные парки отличаются богатым растительным и животным миром и содержат 5% мирового биоразнообразия. В стране множество пляжей на побережьях Тихого океана и Карибского моря, несколько вулканов, на которые можно безопасно подняться, и небольшие расстояния для путешествий. С 1990-х Коста Рика стала широко известна в мире как страна экотуризма.

### *Экотуризм на Галапагосских островах (Эквадор)*

На данный момент можно выделить две конкурирующие тенденции в развитии природного туризма на островах. Первая связана с развитием бюджетного массового пляжного отдыха с однодневными экологическими экскурсиями. Вторая – с развитием дорогого элитарного экотуризма на борту больших круизных судов, которые в теории должны оказывать меньшее воздействие на экосистемы. Первый тип туризма в основном осуществляется и контролируется эквадорскими предприятиями, второй – иностранцами. С 2000 по 2005 гг. количество иностранных туристов на островах возросло с 54 тыс. до 86 тыс. в год, количество местных туристов – с 14 тыс. до 36 тыс. в год.

В последние годы, учитывая растущий спрос на международном рынке, туроператоры и владельцы яхт и кораблей стали предлагать более подготовленный обслуживающий персонал и повышенный уровень комфорта при проживании и питании. Плавающие гостиницы и фешенебельные яхты появляются каждый год, вытесняя рыбацкие лодки, принадлежащие местным жителям. Обычно местные жители не обладают достаточным количеством средств для покупки или строительства комфортных судов. Однако, согласно местным законам, иностранные инвесторы при создании предприятий и вложениях средств должны заключать партнерства с местными жителями.

Хорошо развитые на островах средства коммуникации и банковская система позволяют местным предприятиям эффективно заключать договора и создавать партнерства с иностранными фирмами и, следовательно, сразу выходить на международный рынок. Согласно законодательству, туристские компании должны нанимать работников на местах. В результате ряд местных туроператоров профинансировали языковые и профессиональные обучающие курсы для обслуживающего персонала.

Остановившись на островах, где имеются населенные пункты, многие туроператоры поощряют знакомство пассажиров с местными фермами, школами и ресторанами. В 2006 г. на островах работало 114 ресторанов (в 1986 г. их было только 20). От больших круизных судов во время недельного тура теперь требуют минимум двух заходов в порты на островах. Как следствие, туристские деньги оседают в многочисленных сувенирных киосках и не только способствуют росту благосостояния местных жителей, но и финансируют научные исследования на островах, включая программы по охране природы.

Галапагосские острова привлекают туристов не только из-за рубежа, но и из самого Эквадора, что способствует развитию национальной экономики и играет важную роль в сохранении уникальных экосистем. В результате национальной политики (скидки гражданам страны на авиабилеты, аренду лодок для экскурсий, входные взносы) посещение островов стало доступным для рядовых эквадорцев. Большинство жителей Эквадора останавливаются в главном городе в наземных гостиницах. Строительство последних идет более быстрыми темпами, чем сооружение гостиниц на воде. Выяснилось, что иностранцы в среднем тратят на посещение островов в три раза больше, чем эквадорцы. Но большая часть финансовых поступлений от эквадорских туристов оседает на островах и стимулирует местную экономику, по сравнению с всего 15% доходов от иностранных туристов. Эквадорские туристы нанимают для однодневных экскурсий лодки, которые строятся на островах и напрямую связаны с наземными гостиницами, владельцами которых, как правило, являются также местные жители. Они используют в пищу местные продукты и пользуются услугами местного персонала, обслуживающего лодки. В результате доходы от таких услуг сразу достаются местному населению.

Таким образом, на Галапагосских островах можно наблюдать, как взаимодействие правительства с местными туроператорами, эффективные правовые нормы ведения бизнеса, наличие льгот для жителей Эквадора и привлечение международных инвестиций создали максимально благоприятную обстановку для успешного развития устойчивого туризма и сохранения экосистем.

### *Экотуризм в Южной Африке*

По международным стандартам, более половины населения Южной Африки живет за чертой бедности. Одна из основных причин такого бедственного положения – недостаток внешнеэкономической помощи, особенно экспорта товаров и услуг. В этой связи, природный туризм является очень важной «статьей экспорта». В Южной Африке на современном этапе природный туризм доказал свою жизнеспособность и постепенно становится доходной отраслью экономики для местных сообществ. В его развитии прослеживаются две четкие тенденции. Первая из них связана с укрупнением национальных парков, развитием их инфраструктуры и созданием на ее основе широкого комплекса туруслуг. Вторая тенденция характеризуется появлением крупных

ассоциаций туризма, которые вытесняют мелкие турфирмы и предприятия местных жителей, способствуют созданию единой системы стандартов туруслуг и занимаются широкой благотворительностью.

Природный туризм в Южной Африке процветает и является наиболее динамично развивающейся отраслью экономики. Ежегодный оборот денег от туризма в Южной Африке составляет 62 миллиона долларов в год (Shackleton et al, 2007). Одна из основных задач правительства и участников туристической индустрии на данном этапе – эффективно распределить доходы от экотуризма и направить значительную их часть на решение социальных вопросов и борьбу с бедностью в сообществах, живущих около экотуристических объектов. По экспертным оценкам WWF, организация национальных парков в Южной Африке способствует созданию рабочих мест и росту общего благосостояния местных жителей. В случаях, когда местное население принимает участие в создании национального парка, это самым непосредственным образом отражается на его занятости – местные жители привлекаются для строительства инфраструктуры, работы гидами, и пр. В качестве примера успешной организации экотуризма можно привести национальный парк Крюгер. В год его посещают более 1 миллиона туристов. Парк привлекает к работе более 60 тысяч человек. Так как каждый сотрудник парка пользуется местными услугами и товарами, то опосредованно парк поддерживает существование около 400 тысяч местных жителей.

В Южной Африке существует неправительственная ассоциация SATSA, представляющая частный сектор, занятый в сфере въездного туризма. Ее основная задача – поддерживать самые высокие стандарты в южноафриканской индустрии туризма. Деятельность SATSA направлена на повышение ответственности, комплексный подход и контроль качества экологического туризма. Для поощрения лиц, туристских компаний и других организаций, внесших значительный вклад в развитие местной экономики, культуры и сохранение биоразнообразия, SATSA установила награду.

Ведущая фирма, специализирующаяся на проведении сафари-туров в пяти южноафриканских странах, – Африканская корпорация по охране природы (АКОП) – активно участвует в сохранении биоразнообразия и ведет широкую социальную работу. Она не только приносит посещаемым странам экономические выгоды, но также помогает местным жителям, вкладывая доходы от экотуризма в ремонт школ и учебных классов, строительство больниц и борьбу со СПИДом. Для многих местных сообществ одна из основных проблем – добыча чистой воды. Нередко местным жителям ежедневно приходится проходить большие расстояния с 20-литровым кувшином на голове. Это приводит к широкому распространению травм шеи и позвоночника, особенно у детей. Чтобы как-то решить эту проблему, АКОП профинансировала строительство нескольких десятков колодцев в пустынных районах. Таким образом, АКОП не только знакомит иностранных туристов с экологическими и социальными проблемами Африки, но также посильно помогает местным жителям и привлекает международное внимание к социальным проблемам в районах, где проводятся сафари.

### *Экотуризм в Австралии*

Туризм в Австралии – важный сектор экономики страны. В 2003/04 гг. туризм составил 3,9% от ВВП Австралии на общую сумму оборотных средств в 32 миллиарда австралийских долларов. Экотуризм представляет значительный сегмент в туристской индустрии страны. По данным за 2005 г., зоопарки Австралии посетили 8 миллионов посетителей, при этом 80 миллионов туристов побывали в национальных парках. Доходы страны от экологического туризма составили до 3,5 миллиардов в год. Другие виды природного туризма соответственно приносят: спортивная рыбалка – 2 миллиарда в год, спортивная охота – 1 миллиард, наблюдение за китами – 56 миллионов австралийских долларов в год.

В качестве одного из наиболее ярких примеров успешного развития экотуризма в Австралии можно привести данные по крупнейшей корпорации «Туризм в дикой природе». У корпорации

12 офисов, которые разбросаны по всему миру, в которых работают 272 работника; ежегодный доход – 139 миллионов австралийских долларов.

«Туризм в дикой природе» ставит перед собой следующие задачи:

- Стимулировать иностранных туристов путешествовать в Австралию;
- Расширить «охват» стран, направляющих посетителей;
- Побудить австралийцев больше путешествовать по своей стране;
- Увеличить экономические выгоды Австралии от туризма.

Экотуризм в Австралии имеет долгую историю и получает широкую поддержку со стороны правительства, о чем можно судить по количеству Интернет-ресурсов на официальных австралийских сайтах, которые посвящены этому виду путешествий. Австралия – самый яркий пример того, как в экономически стабильной стране при участии правительства, тщательно разработанных правовых нормах и рекомендациях экотуризм может стать существенным сектором экономики страны, решая при этом задачи охраны окружающей среды и сохранения аборигенных культур.

## **2.6. Сертификация экологически устойчивого туризма**

*Н. Н. Волкова*

Федеральным законом «О техническом регулировании» № 184-ФЗ от 27 декабря 2002 года сертификация определяется как «форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров». Сертификация бывает как обязательной (осуществляемой для товаров, определенных законодательством, как подлежащие обязательной сертификации), так и добровольной, когда в законодательных актах не предписана обязательная сертификация. Она проводится по инициативе заявителя-изготовителя (продавца, исполнителя) на основе договора между органом по сертификации и заявителем. В этом разделе речь пойдет о добровольной сертификации устойчивого туризма, поскольку законодательством не предусмотрена процедура его обязательной сертификации.

Серьезной проблемой для предприятий экотуризма является практика, называемая «зеленый камуфляж» (greenwashing). Этот термин относится к бизнесу, который представляет себя как «устойчивый», «экологический», «зеленый», «ответственный», «экотуризм» и т. п., но на самом деле таковым не является или, еще хуже, находится в противоречии с общепринятыми экологическими стандартами. В частности, гостиница, позиционирующая себя как «зеленая» может сбрасывать сточные воды в окружающую среду и т. д. Одним из способов определения того, какие предприятия действительно являются экотуристическими (или предприятиями устойчивого туризма), служит сертификация.

В настоящее время в мире существует довольно много программ и организаций, специализирующихся в области добровольной экологической сертификации. Экологическая сертификация особенно важна для тех организаций, предприятий, курортов, туристических компаний, которые хотели бы развивать устойчивый (и в том числе экологический) туризм и выходить на международный уровень.

В туристической отрасли различные организации разработали программы сертификации для разных аспектов туризма.

### ***История сертификации***

Сертификация имеет долгую историю, начиная с пятнадцатого века, когда была использована этикетка для удостоверения качества сыра рокфор. В девятнадцатом и начале двадцатого века французские вина были впервые сертифицированы по месту происхождения. Электротехническая



промышленность использовала сертификацию в качестве способа обеспечения безопасности техники и промышленного оборудования, а впервые Международной электротехнической комиссией (МЭК) стандарт был установлен в 1904 г.

Появление систем экологической сертификации относится в 90-м годам 20 века. Первые системы сертификации основывались на материалах конференции «Экологическая среда и ее развитие» («Саммит Земли»), прошедшей в 1992 г. в Рио де Жанейро под эгидой ООН. Мнения, высказанные на этой конференции, были занесены в документ с названием «Все, что мы должны сделать в 21 веке».

В этом документе перечислены 10 областей в сфере туризма, в которых необходимо было принимать меры по улучшению ситуации:

- Минимизация отходов, их повторное использование, утилизация;
- Эффективность, сохранение и рациональное использование энергии;
- Управление ресурсами пресной воды;
- Управление жидкими отходами;
- Опасные вещества;
- Транспорт;
- Планирование землепользования и управления;
- Участие сотрудников, клиентов, общественности в экологических вопросах;
- Проектирование с учетом устойчивости развития;
- Партнерство в интересах устойчивого развития.

Вскоре после этого, в области сельского хозяйства и бизнеса начали появляться различные экологические награды, призы и системы сертификации. В 1996 г. был выпущен и стал популярным общий стандарт для систем экологического менеджмента – ISO 14001 – в качестве универсальной системы экологической сертификации, несмотря на его серьезные недостатки.

Начиная с 2000 г., появилось понимание того, что в большинстве экологических программ сертификации серьезно не рассматривались социокультурные проблемы, а в социальных и трудовых системах сертификации – экологические факторы. В некоторых сферах, например, агротуризм, такое понимание вылилось в сотрудничество между социальными и экологическими программами сертификации.

Произошла эволюция и в сертификации в туризме. Сертификация качества, например, в виде системы «звездочек», существовала на протяжении десятилетий, в то время как экологическая сертификация в области туризма появилась лишь с 1987 г. Социокультурные аспекты в системы сертификации были добавлены примерно с 1996 г. в Америке и с 2000 г. в Европе.

Экологическая сертификация туристических услуг началась в Европе с сертификационной системы «Голубой флаг», появившейся во Франции в 1985 г. и сертифицировавшей пляжи. В 1987 г. (в Европейский год окружающей среды) она вышла на европейский уровень как инициатива ЕС, а в 2001 г. приобрела международный статус – к ней присоединились страны Карибского бассейна, ЮАР и Марокко.

Примерно в это же время, в 1989 г., Rainforest Alliance, образованный в 1986 г. в США, запустил в Коста-Рике программу сертификации устойчивого лесного хозяйства для поощрения рыночного экологически и социально ответственного лесопользования, лесоразведения и лесных ресурсов. В 1993 г. программа SmartWood помогла основать Лесной попечительский совет (FSC) – некоммерческую организацию, которая поощряет ответственное лесопользование во всем мире. SmartWood аккредитована для сертификации лесохозяйственной деятельности, которая отвечает экологическим и социальным стандартам FSC. Позднее, в дополнение к лесной промышленности и лесоразведению, под действие программы сертификации попало и сельское хозяйство, и туризм.

В 1994 г. Всемирный совет путешествий и туризма (WTTC) приступил к программе Green Globe («Зеленая планета») для выполнения рекомендаций «с целью обеспечения устойчивого развития в регионах».

В 1999 году программа Green Globe была расширена, и в ней был введен независимый аудит и стандарт. В мае 2001 г. эта программа была модернизирована. Сейчас она включает 4 стандарта, базирующихся на ежегодных измерениях состояния окружающей среды.

За десятилетие, прошедшее между «Саммитом Земли» в 1992 г. и Международным годом экотуризма в 2002 г., было разработано более 60 программ эко-сертификации в туризме. В соответствии с исследованиями, проведенными Всемирной туристской организацией (ВТО ООН), большинство из них были основаны в Европе (80%<sup>1</sup>), принимали во внимание некоторые социокультурные факторы, и все они были добровольными. Только три из программ, входящих в исследование, сертифицировали экотуризм. Подавляющее большинство этих программ оценивали только отели. К 2007 г. существовало, по меньшей мере, 80 программ сертификации.

Неконтролируемое распространение систем сертификации приводило к размытию торговой марки и существованию самых разных стандартов, что вызывало замешательство потребителя. В 2000 г. в США состоялась встреча представителей наиболее важных программ сертификации устойчивого и экологического туризма, которые неформально договорились о едином минимальном наборе стандартов, а также установили четкие различия между ними<sup>2</sup>. Был создан Попечительский совет по устойчивому туризму (STSC), проведены консультации и семинары по всему миру, установлены минимальные стандарты для сертификации устойчивого туризма. Среди конкретных результатов этой деятельности – создание унифицированных стандартов в Европе (стандарт VISIT) и в Америке.

### ***Почему важна сертификация?***

Сертификация вводит международные стандарты и дает возможность потребителю отличить подлинный экологически устойчивый тур от того, который на самом деле таковым не является, хотя и провозглашается.

Сертификация не является самоцелью. Она – один из целого ряда инструментов для мотивации бизнеса в повышении его экологичности, а также награда за это. Есть еще ряд дополнительных причин, повышающих важность сертификации.

**Для предприятия** сертификация, как правило, помогает организовать деятельность более эффективно и привлечь больше клиентов. Многие сертифицированные предприятия заявили, что процесс сертификации заставил их сконцентрировать свое внимание на изменениях, которые были необходимы в их деятельности. Сертификация ведет к снижению эксплуатационных расходов. В туризме сокращаются расходы на воду, электроэнергию и топливо без снижения качества обслуживания. Сертификация устойчивого туризма часто дает более легкий доступ к технической помощи и финансированию для предприятий, внедряющих новые технологии. Потенциально сертификация может дать маркетинговые преимущества, поскольку потребители смогут распознать надежные сертифицированные бренды.

**Для потребителей** сертификация обеспечивает возможность экологически и социально ответственного выбора. Она помогает туристам узнать, какие предприятия действительно социально и экологически ответственны, и делать выбор на этой основе. Сертифицированные предприятия, как правило, предлагают более высокое качество обслуживания. Кроме того, сертификация может привлечь внимание туристов к экологическим и социальным вопросам и побудить их действовать более ответственно, вносить собственный вклад в решение экологических проблем.

**Для правительств** сертификация также выгодна, поскольку она помогает им защитить свои рыночные ниши в устойчивом и экологическом туризме, особенно, когда доверию туристов, выбирающих данное направление, угрожает «зеленый камуфляж». Кроме того, сертификация повышает отраслевые стандарты в области здравоохранения, безопасности, окружающей среды и социальной стабильности.

Преимущества для **окружающей среды и местных сообществ** также очевидны. Сертификация требует, чтобы туристическая деятельность либо оказывала незначительное влияние, либо вообще

<sup>1</sup> A Simple User's Guide to Certification for Sustainable Tourism and Ecotourism. – CESD, 2009/

<sup>2</sup> Они доступны по адресу ([www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/mohonk.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/mohonk.pdf))

не влияла на окружающую среду, чтобы туристы уважали местную культуру и обеспечивали реальные экономические и социальные выгоды на местах. Таким образом, сертификация устойчивого и экотуризма защищает окружающую среду и социально-экономическую структуру местных сообществ.

### ***Различные виды сертификации***

Существует множество различных типов и систем сертификации, которым, кроме того, соответствуют награды и экологические маркировки. Возникает вопрос, что у них общего и чем они различаются.

Хорошо разработанные программы сертификации могут существенно различаться, но, тем не менее, почти все они имеют некоторые общие элементы. К ним относятся:

- добровольные заявки от предприятий туризма;
- четко определенные стандарты и критерии;
- оценка и аудит;
- официальное признание и награждение логотипом;
- периодические проверки для продления сертификации;
- постоянное совершенствование;
- прозрачность;
- совместные механизмы для определения стандартов.

Отличия программ заключаются в методах и сроках контроля, процедуре подачи заявки, а также критериях. Есть программы (их большинство), которые сертифицируют достигнутый результат, но есть и такие, которые сертифицируют процесс – таким образом, сертифицируется стремление соискателя достичь определенного результата. Ниже будут приведены примеры программ обоих типов.

### ***Как обеспечить беспристрастность и объективность***

Технические аспекты обеспечения справедливости и объективности системы сертификации могут быть очень сложными. Есть много правил, которые принимаются большинством соискателей, которые разработаны на основе требований Международной организации по стандартизации (ISO). Важнейшими являются:

- отсутствие дискриминации: сертификация должна быть доступна для всех заявителей, которые отвечают стандартам и чья деятельность открыта;
- плата за сертификацию должна быть разумной и не зависеть от членства в тех или иных группах или организациях;
- сертификационный стандарт должен состоять из четко определенных критериев;
- удостоверяющие организации должны быть в состоянии сделать беспристрастную оценку, основанную на четко определенных критериях;
- удостоверяющий орган должен обеспечить участие всех сторон, заинтересованных в сертифицируемой деятельности, в отношении содержания и функционирования системы сертификации;
- тот, кто оценивает бизнес или деятельность, должен быть отличен от лица, которое решает вопрос о присуждении сертификации; оба процесса должны быть независимы и от того, кто предоставляет консалтинговые услуги соискателю;
- орган по сертификации должен быть свободен от коммерческого или финансового давления, которое может влиять на принятие решений;
- сертификация и логотип должны включать в себя срок действия и необходимость повторной сертификации по истечении этого срока для защиты от «зеленого камуфляжа»;
- должна быть установлена процедура обжалования, отмены сертификации, пересмотра и изменения критериев и стандартов в случае необходимости.

Сертификация устойчивого туризма является добровольной, но она сопряжена с выделением ресурсов и времени и не гарантирует доступа к рынку. В этой связи возникает много вопросов о равенстве возможностей, особенно в развивающихся странах. Крупные и многонациональные компании имеют больше шансов для финансирования изменений, необходи-

мых для выполнения условий стандартов. Малые предприятия таких возможностей не имеют. Проблема равенства доступа к сертификации для малых предприятий в основном упирается в вопрос финансирования, хотя имеются и другие аспекты (например, информационные). Некоторые программы сертификации туризма имеют партнерские отношения с неправительственными и гуманитарными организациями, частными фондами, крупными предприятиями или правительствами с целью выделения средств для покрытия расходов на сертификацию, в особенности для малых предприятий. Сами программы не могут финансировать соискателей, но могут рекомендовать им обратиться в ту или иную структуру для поиска финансовых средств.

### ***Как выбрать наиболее подходящую программу сертификации***

Как было сказано ранее, в настоящее время по всему миру работает несколько десятков сертификационных программ. Некоторые из них являются глобальными, другие – региональными, но большинство из них национальные или местные. У фирмы, желающей получить сертификат, возникает законный вопрос, какую из программ выбрать. Некоторыми наиболее важными критериями для оценки программ являются ответы на следующие вопросы:

– В какой степени они учитывают все три аспекта – экологическую, социально-культурную и экономическую устойчивость?

– Насколько полно они соответствуют международным техническим стандартам для сертификационных программ?

– Насколько они признают основные кодексы поведения, изложенные в различных документах, об уважении прав коренных и местных сообществ?

– Насколько хорошо они соответствуют Мохонским соглашениям, достигнутым в 2000 году по основным системам сертификации устойчивого туризма и экотуризма (см. выше) – неофициальным договоренностям о минимальных требованиях?

– Согласуются ли они с Квебекской декларацией и Конвенцией о биологическом разнообразии?

– Следуют ли они документу Всемирной туристской организации «Показатели развития устойчивого туризма»?

Однако с практической точки зрения, все не так просто. Огромное число программ привело к значительной путанице относительных преимуществ каждой из них. Чтобы решить эту проблему, по инициативе Sustainable Tourism Stewardship Council (STSC) начался процесс аккредитации сертификационных программ, которые отвечают базовым стандартам. Из-за масштабов проекта потребуются несколько лет, прежде чем эта система вступит в действие.

И все-таки, как выбрать наиболее подходящую программу сертификации? Прежде всего, следует установить, какие программы доступны в Вашем районе, и выбрать ту, которая наилучшим образом соответствует Вашим потребностям. Далее необходимо решить, в рамках какого туризма – устойчивого или экологического - Вы хотите сертифицироваться. Это зависит от характера Вашего бизнеса. Если ваш бизнес не связан прямо с контактами с природой и интерпретацией природы для посетителей, то Вам следует выбрать более общую программу по сертификации устойчивого туризма. Более подробно о наиболее распространенных программах сертификации устойчивого и экологического туризма будет рассказано ниже.

**Зелёный Глобус 21 (Green Globe 21; [www.greenglobe21.com](http://www.greenglobe21.com))** Программа «Зелёный Глобус 21» разрабатывалась с 1993 г., официально запущена в 1994 г., сначала как членская программа без стандартов и проверок — компании получали логотип программы, как только становились её членами. В 1999 г. в программу были добавлены дополнительные стандарты и процедура независимого аудита. В апреле 2001 г. установлена трёхуровневая сертификация с независимым аудитом. Программа имеет международный статус, на современном этапе охватывает аэропорты, авиалинии, гавани, круизные корабли, железные дороги, гостиницы, выставочные залы, рестораны, прокат машин и другие составляющие инфраструктуры массового туризма, а также всевозможные



туристские дестинации<sup>1</sup>, включая местные сообщества и охраняемые территории. «Зелёный Глобус 21» – коммерческая организация, состоящая из трёх отделений в Лондоне, Канберре и Пуэрто-Рико. Имеет партнёрские отношения с рядом промышленных и правительственных организаций, включая Азиатско-Тихоокеанскую ассоциацию путешествий, Всемирный совет по туризму и путешествиям, Всемирную туристскую организацию, ЮНЕП, а также некоторые университеты и другие организации. Стандарты системы «Зелёный Глобус 21» охватывают 6 сфер:

- уменьшение объёма отходов, их многократное использование и переработка;
- эффективность использования энергии;
- управление использованием пресной воды;
- управление сточными водами;
- экологически чувствительная торговая политика;
- социальное и культурное развитие.

Работа сертифицируемой организации в этих направлениях должна быть поддержана наличием системы экологического менеджмента. «Зелёный Глобус 21» выделяет несколько уровней выполнения критериев своего стандарта. Соответственно организации получают разные логотипы: «affiliate» – соответствие минимальному набору критериев, «benchmarked» (одобрено) – соответствие основным критериям, «certified» (сертифицирован) – соответствие всем требованиям стандарта, а также подтверждение этого соответствия аудитом, проводимым третьей стороной непосредственно на объекте. Такое разделение помогает заинтересованным потребителям понимать уровень экологической ответственности сертифицированного объекта. К 2002 г. логотипы «Зелёный глобус 21» выданы 500 компаниям и пунктам туризма в более чем 100 странах.

#### **Голубой флаг (Blue Flag; [www.blueflag.org](http://www.blueflag.org) )**



Требования «Голубого флага» предназначены для объектов туризма на прибрежных территориях – прежде всего, пляжей и гаваней с пристанями (яхтенно-катерными стоянками). Кроме того, этим знаком отмечаются и маломерные суда (яхты, катера), отвечающие высоким экологическим стандартам и обладающие качественными средствами безопасности и сервиса. В 1987 г. сертификатом «Голубой флаг» были награждены 244 пляжа и 208 пристаней в 10 странах, и с каждым годом число таких объектов всё возрастает, несмотря на то, что требования сертификационной системы постоянно становятся жёстче. В 2001 г. «Голубым флагом» уже обладали 2046 пляжей и 713 гаваней в 22 странах. В 2005 г. в лидеры по количеству пляжей, имеющих «Голубой флаг», вышла Греция, где этим сертификатом было отмечено почти 400 пляжей. К 2007 г. награду «Голубой флаг» получило свыше 3 200 пляжей и гаваней в 37 странах Европы, Африки, на американском континенте.

В Северо-Западном регионе РФ движение «Голубой флаг» с 2002 г. развивает общественная организация «Санкт-Петербург за экологию Балтики» ([www.kspt-blueflag.ru](http://www.kspt-blueflag.ru)). В 2005 г. парусный катамаран «Центаурус–II» стал первым маломерным судном в России, получившим индивидуальный «Голубой флаг» (см. [www.centaurus.ru](http://www.centaurus.ru)). В 2006 г. приступили к реализации сертификационного процесса и являются кандидатами на получение «Голубого флага» стоянка катеров «Франкарди» (Санкт-Петербург) и пляж Коркинского озера (Всеволожский район Ленинградской области). «Голубой флаг» – эксклюзивный экологический лейбл, своеобразный «знак качества», разработанный международным некоммерческим Фондом за экологическое образование (Foundation for Environmental Education).

Наличие у пляжа, пристани, катера или яхты «Голубого флага» свидетельствует как о серьёзных экологических достижениях, так и о безопасности и качественном сервисе. «Голубой флаг» действителен только в течение года, поэтому его необходимо получать ежегодно.

Требования, лежащие в основе «Голубого флага», касаются качества воды, экологического менеджмента, экологического просвещения и информирования посетителей, туроператоров и лиц, принимающих решения, а также безопасности и сервиса. Например, территория пляжа

<sup>1</sup> Дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов.

не должна подвергаться какому-либо влиянию промышленных и бытовых стоков; посетителям не позволяется оставлять после себя мусор; не допускается заезд автотранспорта на территорию пляжа и к кромке воды, автомобили должны быть оставлены на специально оборудованных стоянках; информация об экологически уязвимых территориях в прибрежной зоне, включая их флору и фауну, должна быть выставлена на всеобщее обозрение и включаться в состав туристской информации; на пляже должен быть пункт по оказанию первой помощи, доступный и с легко определяемым местоположением и т.д.

**Зелёный ключ** (Green Key / Den Groenne Noegle; [www.green-key.org](http://www.green-key.org))



Международная сертификационная программа «Зелёный ключ» была разработана французской организацией FEE и датской организацией HORESTA и относится к сертификации мест размещения туристов. Критерии этой системы экологической маркировки устанавливают требования к менеджменту, который должен быть экологически дружелюбным и осуществляться без ущерба комфорту постояльцев. Эти требования достаточно труднодостижимые.

Сертификатом «Зелёный ключ» награждаются только те гостиницы, отели, хостелы, развлекательные, конференц и бизнес-центры, кемпинги, рестораны и другие туристические объекты, которые соответствуют всем 55-ти жёстким критериям, нацеленным на экономию воды и электроэнергии, использование экологически дружелюбных моющих средств, сортировку мусора для вторичного использования, информирование посетителей, мотивирование персонала к более высокому уровню озабоченности экологическими проблемами и т.д. В январе 2007 г. в Амстердаме проходила последняя встреча участников программы из 9 стран: Дании (сертифицировано 45 предприятий индустрии туризма и гостеприимства), Эстонии (19), Франции (185), Гренландии (1), Литвы (3), Швеции (11), Бельгии, Нидерландов и Латвии (по одному).



Существует шесть основных принципов, выполняя которые, туроператор может быть сертифицирован по программе «Лучшее в природе»:

1. Внимание к ограничениям и возможностям места назначения, минимальное воздействие на природу и культуру. Должна учитываться экологическая и социальная пропускная способность каждого места назначения.
2. Поддержка местной экономики. Экотуризм — это источник дохода местных бюджетов и населения от предоставления сервисных услуг. Каждое путешествие должно наилучшим возможным способом обеспечивать вклад в местную экономику через использование местного транспорта, сферы обслуживания и возможностей размещения, продуктов питания и изделий местных производств и ремёсел.
3. Все действия компании экологически сбалансированы и приемлемы. Туроператоры экотуризма являются первопроходцами в использовании практических аспектов экологического менеджмента. Они должны поощрять использование экологически дружелюбных технологий и видов транспорта, осуществлять управление отходами и утилизацию мусора.
4. Активное участие в сохранении местной природы и культуры. Организаторы экотуризма берут на себя ответственность за сохранение биоразнообразия, природных и культурных ценностей мест назначения.
5. Содействие радости познания и уважению к природе. Экотуризм предполагает путешествия с глубоким познанием нового, а также уважительный подход во взаимоотношениях туристов, организаторов туризма и местного населения.
6. Качество и безопасность экопутешествия. Экотуризм должен быть основан на высококачественных и безопасных туристских услугах и продуктах. Клиенты должны доверять маркировке, что сертифицированный экотурпродукт соответствует строгим стандартам от начала до конца.

На сайте программы приводятся результаты, достигнутые с ее помощью.

– Nature's Best экономически поддерживает сохранение таких видов, как крупные соколы, выдры, песцы. Программа защищает речных мидий, орланов белохвостов и открытые морские архипелаги.



– Экопарк в центре шведской столицы, Стокгольма, является еще одним примером того, как экотуризм может защищать находящуюся под угрозой природу.

– Некоторые операторы-саами сами являются живым доказательством того, что экотуризм вносит свой вклад в сохранение от забвения старых традиций культурного наследия.

Первоначально систему сертификации «Лучшее в природе» использовали только шведские компании. Но теперь эта система стала известна за пределами Швеции, и многие страны проявляют к ней интерес. В настоящее время Шведское общество экотуризма работает в партнёрстве с другими странами с целью адаптировать её для общеевропейского уровня.



### **Парки сети охраняемых территорий (PAN-Parks; [www.panparks.org](http://www.panparks.org) )**

Для особо охраняемых природных территорий наиболее интересен проект PAN (Protected Areas Network) Parks – «Парки сети охраняемых территорий». Работу над этим проектом начали Всемирный фонд дикой природы и Нидерландская туристическая компания «Молекатен Групп» в 1997 г. Идея проста и интересна: соединение природоохранной деятельности и туризма в масштабах Европы. Проект «PAN-Parks» намерен превратить туризм из угрозы для охраняемых территорий в благоприятную возможность путём:

– построения партнёрских отношений с природоохранными организациями, турагентствами, бизнесом и другими действующими сторонами на локальном, региональном и международном уровне;

– создания европейской сети охраняемых территорий дикой природы;

– совершенствования охраны природы через развитие устойчивого туризма;

– создания надёжной торговой марки, известной всем европейцам, которая гарантирует охрану природы.

«PAN-Parks» выдаёт сертификаты паркам, которые прошли проверку, проводимую независимыми экспертами в соответствии с основными принципами, критериями и индикаторами. Основные принципы программы:

1. Ценность природы. Парки сети «PAN-Parks» – это огромные охраняемые территории, представляющие европейское природное наследие и являющиеся территориями международной важности для дикой природы и экосистем.

2. Менеджмент мест обитания. Менеджмент парков нацелен на поддержание и, если необходимо, восстановление экологических процессов и биологического разнообразия.

3. Управление потоками посетителей гарантирует сохранность природных ценностей и получение посетителями высококачественного общения с природой.

4. Стратегия развития устойчивого туризма. Администрации охраняемых территорий и партнёры нацеливаются на достижение синергии между охраной природы и устойчивым туризмом посредством разработки и совместного выполнения стратегии развития устойчивого туризма в данной ООПТ.

5. Сотрудничество. В 2000 г. принципы и критерии программы «PAN-Parks» были опробованы на практике в 17 европейских ООПТ из 14 стран. Эта оценка обеспечила участвующие ООПТ возможностью непосредственно сравнить качество их территорий с другими и стимулом к новым партнёрским отношениям на локальном и международном уровнях.

Немного ООПТ сертифицировано, но существует множество кандидатов. В сети «PAN-Park» на сегодняшний день объединены 10 национальных парков: Archipelago National Park, Боржом-Харагульский национальный парк, Центрально-Балканский национальный парк, Fulufjället National Park, Majella National Park, Oulanka National Park, «Паанаярви», Peneda-Gerês National Park, Retezat National Park, Rila National Park - из Польши, Болгарии, Италии, Финляндии, Румынии, Швеции и России. Россия представлена в сети карельским национальным парком «Паанаярви», который получил сертификат в октябре 2005 г. 1 февраля 2007 г. Боржом-Харагульский национальный парк стал девятым членом Международной сети «PAN-Parks»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Журнал «Волна». 2007. № 45.



Еще одним интересным вариантом для сертификации ООПТ является **Европейская хартия по устойчивому туризму** <http://www.europarc.org/what-we-do/european-charter-for>, которая образована «Федерацией природы и национальных парков в Европе». EUROPARC является независимой неправительственной организацией, которая была основана в 1973 году и с тех пор превратилась в признанную профессиональную организацию для европейских охраняемых территорий. В документах Хартии говорится о том, что она не является типичной системой сертификации или эко-лейблом, а является процесс-ориентированной методологией, которая может применяться на всех видах охраняемых территорий. Хартия ориентирована на инициирование и оказание помощи в процессе планирования и осуществления устойчивого туризма, что ведет к устойчивому развитию шаг за шагом. Хартия содействует этому процессу, предоставляя стратегию “Development Kit”, которая содержит принципы, методологии и методы контроля для работы на охраняемых территориях. Реализация этой методологии Хартии способствует повышению уровня информированности и поддержке охраняемых природных территорий.

Создание экологических сертификационных систем и программ для туристической деятельности является одной из значимых современных тенденций в развитии туризма. Дальнейшее развитие экологической сертификации туризма может стать эффективным способом представления экологических сведений для привлечения новых путешественников и прогрессивным направлением развития, стимулирующим разработку новых качественных турпродуктов и услуг, наиболее экологически дружественных окружающей среде.

Стимулирование к получению экосертификата может осуществляться на региональном уровне посредством рекомендаций турпредприятиям осуществить добровольную сертификацию.

В мире и в России развитию экотуризма придается большое значение, наличие экологического сертификата может стать большим конкурентным преимуществом в борьбе за возможность организовывать экотуристские программы на охраняемых природных территориях, особенно для иностранных туристов.

## **2.7. Развитие зеленого сельского туризма за рубежом**

*Н. Н. Волкова*

К экологическому туризму тесно примыкает зеленый или сельский туризм. Иногда его рассматривают как разновидность экологического туризма, но, с нашей точки зрения, целесообразно выделить его отдельно в силу некоторых специфических особенностей. Если экологический туризм обычно имеет место на особо охраняемых природных территориях, то сельский туризм предполагает пребывание туристов в антропогенных сельскохозяйственных ландшафтах.

**Зеленый сельский туризм** (*green rural tourism*), или **агротуризм** (*agrotourism, farm tourism*), особенно популярный в США и странах Западной Европы, – *отдых в сельской местности* (в деревнях, на хуторах, в удобных крестьянских домах). *Туристы* некоторое время ведут *сельский образ жизни* среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях.

Федеральное агентство по туризму Минспорттуризма России дает такое определение сельского туризма:

**Сельский туризм** – это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и/или участия в сельскохозяйственных работах. Обязательное условие: средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные, должны



находиться в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.

Это явление не новое, оно известно в мире с 1970-х годов. Союз операторов сельского туризма в настоящее время включает участников из более чем 30-ти стран мира. Агротуризм развит практически во всех странах Евросоюза, а во многих из них даже является ведущим для отрасли. Основные его центры – Италия, Франция, Германия, Нидерланды. Операторы агротуризма объединяются в союзы. Например, Agricultural Tour Operators International (АТОИ) – сеть туроператоров, предлагающих качественные сертифицированные услуги агротуризма во всем мире. В настоящее время сельский туризм в Европе приносит по разным данным от 10% до 20% общего дохода туристической индустрии. Так, Польша в 2008 г. на сельском туризме заработала 8 миллиардов евро<sup>1</sup>. Всего в Польше 10 тысяч сельских домов принимают туристов.

В период кризиса 2009 г. население сократило свои затраты на отдых<sup>2</sup> и переключило спрос на рынок услуг сельского туризма, что вызвано относительно невысокими ценами на них. Цены за проживание колеблются от 10 до 150 евро за ночь, среднее предложение составляет 40–70 евро в сутки, предложения по сельскому туризму очень разнообразны и могут колебаться от проживания в скромном сельском домике с завтраком до роскошного загородного коттеджа. В Хорватии, например, где агротуризм очень распространен, можно снять простую комнату за 8 евро в сутки, а можно поселиться и в апартаментах со всеми удобствами, прекрасной мебелью, балконом, встроенными кухонными приборами и т. д. за 100 евро и выше. Выбор остается за туристом и его финансовыми возможностями.

Во Франции, Великобритании, Голландии, Ирландии, Германии, Испании привлечение к деятельности в сфере зеленого туризма поощряется на национальном уровне. По популярности отдых в сельской местности в этих странах занимает сейчас второе место после отпусков на море. Францию ежегодно посещают в среднем 37 млн иностранных туристов, из них около семи миллионов предпочитают отдыхать в селе. Все более привлекательным становится сельский туризм в Англии, где под ним понимают bed-and-breakfast и общение с хозяевами дома. Там фермеры предлагают широкий выбор разнообразных услуг по доступным ценам и со специальными скидками для детей (цена за сутки колеблется от £50 до £80). Предлагаемые дома бывают самые разные, от обычного сельского коттеджа до старинного замка, где живут представители знатного английского рода. Большим спросом у путешественников пользуются приспособленные для туристических потребностей старинные фермы.

Интенсивно развивается сельский туризм в Сербии. На сегодняшний день сельским туризмом занимается около 600 хозяйств почти в 30 селах, в распоряжении гостей имеется около 6000 мест.

В США агротуризм распространен не менее широко, чем в Европе, и, несмотря на то, что пик увлечения сельской жизнью в Америке пришелся на 70-е, этот вид деятельности до сих пор остается одним из ведущих в большинстве сельскохозяйственных штатов. Координацией и развитием этого бизнеса занимаются специальные центры, нередко созданные при высших учебных заведениях, как, например, Центр малых ферм (Small Farm Center) при Университете Калифорнии.

В зарубежных странах развитие сельского туризма имеет существенную государственную поддержку. Так, Государственное управление по делам туризма Китая заявило, что «основным направлением туристической индустрии Китая станет сельский туризм». Во многих странах предусмотрены законодательные льготы. В Польше на крестьян, занятых в сфере зеленого туризма, не распространяется действие закона, регулирующего хозяйственную (предпринимательскую) деятельность. Эти услуги не подлежат взиманию налога на добавленную стоимость. Законодательство

<sup>1</sup> Максим Калмыков 23.01.2009 «Домик в деревне» как шанс для её развития. – <http://www.puls.md/>

<sup>2</sup> Около половины граждан ЕС в 2009 году провели свой отпуск в собственной стране. Это больше на пять процентных пунктов по сравнению с 2008 г. Примерно 4 из 10-ти граждан ЕС указали, что они сократили свой отпускной бюджет из-за экономического спада. Europeans and Tourism – Autumn 2009. Analytical Report Fieldwork: September 2009, Publication: October 2009.

также предусматривает, при определенных условиях, освобождение их и от налога на доходы физических лиц. В венгерском законодательстве «зелено-туристические» предприятия не подпадают под действие нормативных актов, которые регулируют отношения в сфере предпринимательства.

Сельские районы становятся все более привлекательными для туристов чистым воздухом и продуктами, отсутствием агрессивной среды больших городов. Они предлагают многие экологические блага. Сельский туризм является важным источником диверсификации сельской экономики, хорошо интегрируется с сельскохозяйственной деятельностью. В странах Евросоюза Новый Европейский сельскохозяйственный фонд для развития сельских районов (EAFRD) оказывает поддержку новым государствам-членам и странам-кандидатам в вопросах<sup>1</sup>:

- повышения качества сельскохозяйственной продукции и продуктов;
- улучшения окружающей среды и условий в сельской местности;
- содействия туристской деятельности с целью диверсификации сельской экономики;
- исследований и инвестиций, связанных с обслуживанием, восстановлением и модернизацией культурного наследия.

Еще одним важным инструментом Евросоюза была программа «Natura 2000», одно из направлений которой – содействие сельскому туризму. Проект имел маркетинговое направление. Он выполнялся в течение 18 месяцев с января 2007 по июль 2008 года и финансировался совместно с ЕС. Проект объединил поставщиков туристических услуг и специалистов «Natura 2000» по повышению квалификации поставщиков услуг сельского туризма из пяти стран, выявил потенциальные выгоды сельского туризма на «низовом» уровне. Предложенные меры были апробированы в трех очень разных регионах Европы: Латвии, Андалузии, и в пяти районах Финляндии. В результате реализации проекта в каждом регионе создан и расширяется сельский туристический рынок, в значительной степени основанный на собственных природных и культурных ценностях.

Предусмотрены и различные программы обучения специалистов в области сельского туризма в рамках образовательной программы «Леонардо да Винчи», которая является одной из базовых программ Европейского Союза в области профессионального обучения и развития. Программа включает в себя мероприятия, направленные на поддержку сотрудничества между различными университетами, организациями и компаниями по профессиональному обучению. Так, проект Forestur, нацеленный на специальную подготовку специалистов в секторе сельского туризма, является пилотным проектом, финансируется совместно с Европейским союзом в рамках программы «Леонардо да Винчи». Проект осуществляет дистанционное обучение местных фермеров, работников туристических организаций, муниципальных служащих, адаптированное к их потребностям.

В кризис, когда при создании Евросоюза были введены жесткие квоты, и началось падение сельхозпроизводства, агротуризм выручил многих фермеров в Италии, Франции, Ирландии и других странах. Они смогли перенаправить ресурсы на оказание туристических услуг.

Сейчас отдых в деревне привлекает все больше туристов во многие сельские районы Европы. Причем объекты агротуризма организуют, как правило, с учетом местных особенностей. Например, в Италии агротуристические хозяйства зачастую действуют при сыроварнях или там, где делают вино и оливковое масло; проживание на такой ферме обходится от 30 до 80 евро на человека в сутки.

В настоящее время более 40% фермерских хозяйств в Венгрии задействованы в организации сельского туризма, предоставляя проживание туристам и формируя программы их пребывания. Доля сельских гостиниц по отношению к общему количеству средств размещения в Венгрии составляет 5%. В Австрии, несмотря на незначительную роль сельского туризма по сравнению с горнолыжным, культурно-познавательным или оздоровительным, 10% фермерских хозяйств получают дополнительные доходы благодаря организации туризма в сельской местности. В альпийских районах эта доля составляет 31,6%.

---

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index\\_en.htm #](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index_en.htm#)

Развитие агротуризма в Германии поддерживается на всех уровнях: федеральном, земельном, коммунальном. При этом поддержка оказывается в виде прямого финансирования предпринимателей, занимающихся агротуризмом, например, из Федеральной Земельной программы поддержки среднего и малого предпринимательства. Косвенно развитие агротуризма поддерживается различными программами по развитию сельской местности и сельского хозяйства, экономической и коммунальной инфраструктуры, которые реализуются Федеральными и Земельными Министерствами экономики и труда, продовольствия, сельского хозяйства, защиты прав потребителя, лесов и рыбоводства. Например, в рамках программы «Обновление деревень» местные власти и население имеют финансовые возможности для восстановления внешнего облика деревень, дорог, а также фермерских хозяйств.

Немцы являются самой путешествующей нацией в Европе, при этом около 34% из них совершают поездки в пределах собственной страны. Около 13 % (40,54 млн) туристов отдыхают в сельской местности, размещаясь на фермах, в сельских дворах и сельских пансионатах.

Наиболее активную роль в развитии агротуризма в Германии играют союзы или общества по туризму на уровне Федеральных Земель и межрегиональные партнерства, так как именно они занимаются планированием и содействием развитию туризма. Рамочные условия для развития туризма вырабатываются Федеральным Министерством экономики и труда совместно с Советом по вопросам туризма. Согласование всех вопросов по развитию туризма между федеральным и земельным уровнем осуществляет Федеральный Земельный комитет по туризму. Вопросами контроля качества агро-туристского продукта занимаются несколько организаций: Немецкий туристский союз, Немецкое сельскохозяйственное общество и партнерства/общества по туризму на земельном и межрегиональном уровнях. Немецкое сельскохозяйственное общество осуществляет сертификацию мест размещения в сельской местности, выдает знаки соответствия и проводит постоянный мониторинг качества, а также занимается информационной и рекламной поддержкой агротуризма в Германии. Особенно хотелось бы отметить межрегиональные союзы/партнерства по туризму, которые обычно объединяют несколько муниципальных округов для формирования более разнообразного туристского продукта и совместного продвижения на внутреннем туристском рынке.

Для многих людей, ведущих агротуристический бизнес, он является способом социализироваться и обзавестись друзьями из самых разных слоев общества, что также способствует рекламе бизнеса. Очень часто владельцы сельских ферм, принимающих туристов, ограничиваются рекламой «из уст в уста», которая хорошо работает в этом случае. Если туристам понравилась ферма и ее хозяева, то они непременно расскажут о ней своим друзьям.

По мнению специалистов из стран, имеющих развитый сектор сельского туризма, реклама и информация — чуть ли не главная (выше инфраструктуры) составляющая успеха в этом бизнесе. В Польше, например, издана большим тиражом брошюра, где описывается 800 крестьянских хозяйств, даются их адреса и телефоны, приводится перечень услуг: где-то рыбалка отличная, где-то просто красивая природа, где-то исторические памятники. В Новой Зеландии, где сельский туризм тоже развит, в любом информационном центре можно бесплатно получить брошюру с подробным описанием возможностей размещения в сельских домах.

Богатый опыт развития сельского туризма в странах мира показывает его высокую социальную эффективность. В целом развитие сельского туризма рассматривается как важная социальная программа для поддержки фермерских и крестьянских хозяйств в свободное от сельскохозяйственных работ время. Агротуризм в последние годы помог решить многие проблемы, возникшие у европейского фермерства. Государство при этом оказывало фермерам, пожелавшим развивать туристическое направление, различную помощь — от налоговых льгот до финансовых субсидий, устанавливало четкие «правила игры», помогало с информационной поддержкой в печатных и электронных СМИ. Это дало свои результаты.

**Раздел 3.  
Современное состояние и особенности  
развития экотуризма в России**



### 3.1. Современное состояние, проблемы и перспективы развития экологического туризма в России

Н. Н. Волкова, Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева

Развитие экологического туризма в России неразрывно связано с особо охраняемыми природными территориями. Ниже приводятся результаты исследования динамики и структуры туристских потоков на территориях российских заповедников и национальных парков, проведенного в 2009 г. на основе анкетирования администраций ООПТ, а также изучения информационных отчетов их директоров за 2007 и 2008 гг.

#### *Развитие туризма в национальных парках*

В настоящее время в России действует 39 национальных парков общей площадью около 70000 кв. км (в 2000 г. в России существовало лишь 32 национальных парка общей площадью в 68000 кв. км). Первый национальный парк – Сочинский (Краснодарский край) – был учрежден в 1983 году.

В последние годы посещение национальных парков становится всё более популярным как среди российских, так и иностранных граждан.

Объем собственных средств, полученных национальными парками в рамках осуществления туристско-рекреационной деятельности, за два последних года вырос на 61% и в 2009 г. достиг 232 млн руб.

По данным Росстата РФ, динамика посещений национальных парков за последние годы была следующая.

**Национальные парки. Количество посетителей, чел.**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Музеев	45364	48501	51795	54277	44931	84564	86394	157876
Визит-центров	23927	42989	59863	98150	101049	140707	237220	157757
Экологических троп и маршрутов	419731	582855	805203	301970	403147	1198654	1472056	1489406
Итого посетителей	489022	674345	916861	454397	549127	1423925	1795670	1805039
Темп роста к предыдущему году, %	-	137,90	135,96	49,56	120,85	259,31	126,11	100,52

Как видно из таблицы, количество посетителей вплоть до 2008 г. росло, хотя оно пока не столь велико в сравнении с известными парками мира. Проанализируем потоки туристов, посещавших национальные парки.

**Общее количество посетителей** национальных парков, по отчетам их директоров, предоставляемым ежегодно в Министерство природных ресурсов и экологии, возросло в 2008 году по сравнению с предыдущим годом в 2,3 раза и составило 5730 тысяч человек (в 2007 году – 2528,7 тысяч человек), в том числе 9,7 тысяч (0,2% от общего числа) иностранных граждан (в 2007 году – 18,4 тысяч иностранных туристов, т. е. 0,7%). Общая посещаемость нац. парков не совпадает с оценками Росстата, имеющего методику дооценки посетителей, которые не учитываются в отчетах директоров нац. парков (например, «диких» посетителей). Однако статистика, полученная из отчетов, дает возможность проанализировать структуру посещений территорий.

Однако 3 млн. (т.е. 52%) от этого количества приходится на долю национального парка «*Лосиный остров*» – в основном речь идет о рекреации «выходного дня»; еще 2,2 млн (38%) – на долю национальных парков *Сочинского* (722 тыс. чел.), *Приэльбрусье* (300 тыс.), *Плещеево озеро* и *Тункинского* (по 200 тыс.), *Куришская коса* (197 тыс.), *Прибайкальского* (153 тыс.), *Нечкинского* (145 тыс.), *Нижняя Кама* (142 тыс.), *Угра* (134 тыс.). Таким образом, на долю этих десяти территорий приходится 91% от общего числа посетителей национальных парков.

На долю остальных 29 национальных парков приходится менее 10% от общего количества, т. е. 570 тыс. посетителей.

Всего в 2008 г. национальные парки посетили 19808 туристских групп (в 2007 году – 14726 групп). При этом имеющийся природный и историко-культурный потенциал национальных парков в большинстве случаев во много раз превосходит их возможности с точки зрения создания условий для приема посетителей, что ведет к развитию нерегулируемого «дикого» туризма, который становится большой проблемой для многих территорий.

Количество туристов в составе **организованных групп** в 2008 году составило лишь 7% (381,5 тысяч человек) от общего числа посетителей национальных парков (показатели 2007 года – 326,4 тысяч человек, или 13%). Лидировал национальный парк *Куришская коса* – 190 тысяч организованных туристов (96% от общего числа посетителей парка).

Более 10 тысяч человек в составе организованных групп посетили территории национальных парков: *Угра* (24,9 тысяч человек – 19% от общего числа посетителей парка); *Таганай* (23 тысячи человек); *Лосиный остров* (18,5 тысяч человек – 0,6% от общего числа посетителей парка); *Шушенский бор* (16,7 тысяч человек – 44% от общего числа посетителей парка); *Смоленское Поозерье* (13,7 тысяч человек – 58%); *Орловское Полесье* (10,1 тысяч человек – 23%); *Хвалынский* (10 тысяч человек – 64,5%).

Иностранные граждане в составе 412 организованных туристских групп посетили в 2008 году территории 24 (61%) национальных парков (в 2007 году – 19 национальных парков) и проявили наибольший интерес к паркам *Куришская коса* (более 7 тысяч иностранных туристов), *Паанаярви* (800 человек), *Прибайкальскому* (500), *Приэльбрусье* и *Забайкальскому* (по 300), *Лосиный остров* (100).

По результатам анкетирования можно отметить, что на протяжении ряда лет туристский поток в национальных парках рос из года в год. В структуре посещений, к сожалению, преобладают неорганизованные посетители. Структура по категориям посетителей являлась стабильной на протяжении всех лет анализа, за исключением последнего – 2009 г.

Как известно, в 2009 г. изменились социально-экономические условия в России и в мире. Туристский рынок ощутил серьезное воздействие мирового экономического кризиса и распространения гриппа H1N1. Во многих странах люди временно отказались от поездок. Это привело к тому, что общий объем международных путешествий в мире за семь месяцев снизился на 7%.

В России, согласно данным Росстата, в первой половине 2009 г. количество зарубежных поездок уменьшилось почти на 23%. Произошло также сокращение числа въезжающих в Россию иностранных туристов – их стало на 15,3% меньше, чем за тот же период год назад. Это также отразилось и на посещаемости национальных парков России. Произошло переключение спроса с выездного туризма на внутренний, особенно тот, который не связан с длительными переездами и большими затратами на проезд. В части парков, особенно близко расположенных к крупным городам и имеющих удобный подъезд, количество туристов увеличилось. Так, в НП «Лосиный остров» общий рост потока составил 16%, в НП «Нижняя Кама» – 9%, в НП «Тункинский» – 7%, НП «Хвалынский» – 27%, а количество туристов в НП «Марий Чодра» увеличилось более, чем в два раза – прирост составил 216%.

Однако в национальных парках, расположенных не столь удачно, количество посетителей в 2009 г. сократилось, хотя в предыдущие годы наблюдался постоянный рост. Так, общее количество посетителей НП «Угра» и «Кенозерский» снизилось в этом году примерно на 4%, Валдайского и Водлозерского – более чем на 30%, Смоленского Поозерья – на 22%, НП «Шорский» – на 27%. Изменилась и структура посещений в сторону увеличения доли неорганизованных посетителей.

Так, в структуре потока посетителей в кризисный 2009 г. очень существенно сократилось количество организованных иностранных групп. Например, НП «Нечкинский» в 2008 г. имел довольно высокую – свыше 10% – долю посетителей-иностранцев, а в 2009 г. она сократилась до 6%. Тем не менее, в отдельных парках, – например, Кенозерском, количество иностранных туристов в составе организованных групп возросло. В некоторых парках, например, Тункинском, произошло переключение потока с организованных групп иностранных туристов на самостоятельные группы.

В опросных анкетах сотрудников ООПТ просили указать, из каких стран к ним приезжают иностранные туристы, и проранжировать турпотоки в порядке приоритетности.

Безусловным лидером оказались туристы из Германии, являющиеся наиболее частыми гостями на 34% территорий. За ними в числе приоритетных следуют туристы из Скандинавии (7%), Франции (6%), Польши (6%) и США (4,5%).

В целом наличие туристов из Германии среди своих гостей отметили сотрудники 94,1% национальных парков (13,6% поставили немцев на второе, 3,4% на третье и столько же на четвертое места).

**География иностранных туристов, посетивших национальные парки в 2009 г.  
по результатам анкетирования**

	<b>Процент респондентов, %</b>	
Из каких стран приезжают экотуристы?	Германия	94,1%
	Франция	52,9%
	Швейцария	17,6%
	Италия	23,5%
	Испания	11,8%
	Великобритания	23,5%
	Скандинавские страны (Норвегия, Швеция, Финляндия)	41,2%
	Другие страны Западной Европы	17,6%
	Страны Восточной Европы	17,6%
	США	11,8%
	Канада	
	Австралия	5,9%
	Из разных стран единичные визиты	
	Китай	
	Ю.Корея	
	Япония	
Польша	29,4%	
Чехия	5,9%	

Относительно географической структуры российских туристов можно сказать следующее. Какой-то определенной тенденции в количестве туристов из Москвы и Санкт-Петербурга не прослеживается. В некоторых парках число таких туристов возросло, в других снизилось. Частично это объясняется тем, что парки не ведут учета по столь подробным группам посетителей.

Относительно географической структуры российских туристов можно сказать следующее. Какой-то определенной тенденции в количестве туристов из Москвы и Санкт-Петербурга не прослеживается. В некоторых парках число таких туристов возросло, в других снизилось. Частично это объясняется тем, что парки не ведут учета по столь подробным группам посетителей.

В последние годы прослеживается тенденция по увеличению количества туристов (как самодельных, так и организованных) из окружающих парки поселков и небольших городов, а также школьных групп, приезжающих из крупных городов данного региона. Доля школьников в структуре посетителей возросла повсеместно. Если проанализировать доходы, полученные от туристической деятельности за последние годы, можно заметить, что у национальных парков, на долю которых приходится 91% от общего числа посетителей, снижения доходов в кризисный год не произошло.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на экономический кризис, национальным паркам удалось компенсировать выпадающие доходы от снижения доли иностранных посетителей и туристов из крупных городов России за счет увеличения потока посетителей из близлежащих мест.



### **Развитие туризма в заповедниках**

В Российской Федерации традиционной формой территориальной охраны природы, имеющей приоритетное значение для сохранения биологического разнообразия, являются государственные природные заповедники. Российские заповедники создавались исключительно для сохранения природных комплексов, обеспечения их естественного развития и слежения за динамикой этих процессов.

Долгие годы заповедники были практически единственной формой ООПТ, эффективно работающей в нашей стране. Многие заповедники имеют в области экотуризма значительный опыт; число посетителей некоторых из них зачастую превышает число посетителей национальных парков.

По результатам анкетирования значительная часть сотрудников ООПТ отмечает недостаточное развитие экотуризма. Треть опрошенных признает, что туризм не развит ни в ООПТ, ни в регионе. Еще примерно треть указывает, что туризм не развит в ООПТ, но получил развитие на сопредельной территории, а в шести заповедниках отметили избыточный турпоток.

#### **Оцените общие тенденции развития туризма в регионе**

	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Туризм не развит ни на ООПТ, ни в регионе	27	30,7
Не развит на ООПТ, но развит на сопр. террит. или в регионе	29	33,0
Туризм уже достаточно развит на ООПТ	23	26,1
Имеет место избыточный турпоток на ООПТ	6	6,8
Total	85	96,6
Не указано	3	3,4
	88	100,0

Экологические экскурсии и познавательный туризм – традиционные и высокоэффективные формы эколого-просветительской деятельности на ООПТ. Для многих государственных природных заповедников строго регламентированное (с учетом их размеров, специфики, традиций) посещение может стать значимой формой эколого-просветительской работы и дополнительным источником финансирования. Возможность соприкоснуться с миром природы, почувствовать его и изучить, способна превратить посетителей в активных сторонников ООПТ, а иногда и инвесторов.

В последнее время значительное число заповедников уделяет внимание развитию экскурсионной деятельности. Так, в 2008 году экскурсионные группы посещали территории 77 государственных природных заповедников, а общее число экскурсионных групп на территориях заповедников в 2008 году составило 27786, в том числе 27348 отечественных групп (98,5%) и 438 (1,5%) иностранных.

**Общее количество посетителей** заповедников в экскурсионных и эколого-просветительских целях возросло в 2008 году по сравнению с предыдущим годом на 15% и составило 609680 человек (в 2007 году – 518200 человек), в том числе 5865 (1%) иностранных граждан.

Наибольшее количество посетителей ежегодно регистрируется в *Тебердинском* заповеднике, в 2008 году оно составило 200,5 тысяч человек (в 2007 году – 186,4 тысяч человек). В 2008 году на 44% по сравнению с предыдущим годом возросло количество посетителей *Кавказского* заповедника – 109,8 тысяч человек (в 2007 году – 62 тысяч человек).

Более 50 тысяч человек посетили заповедники *Ильменский* (62,8 тысячи) и *Приокско-Тerrasный* (58,1 тысяч); от 50 до 10 тысяч человек – заповедники *Кивач* (31,4), *Алтайский* (29,6), *Шульган-Таш* (23), *Лазовский* (13,8); от 10 до 3 тысяч человек – заповедники *Воронежский* (10), *Галичья гора* (9,1), *Окский* (8,9), *Белогорье* (4,7), *Лапландский* (4,2), *Волжско-Камский* (3,8), *Богдинско-Баскунчакский* (3,2), от 3 до 1 тысячи посетителей зарегистрировано в заповедниках *Столбы* (3), *Кроноцком* (2,8), *Центрально-Черноземном* (2,7), *Хоперском* (2,5), *Мордовском* (2,4), *Большехехцирском* (2,3), *Дагестанском* и *Северо-Осетинском* (по 1,9), *Байкальском* (1,4), *Костомукишском* (1,3). *Астраханский заповедник* посетили 445 человек.

Иностранные граждане посетили в 2008 году территории 51 заповедника и проявили наибольший интерес к заповедникам *Ильменскому* (826 посетителей), *Кавказскому* (875), *Кивач* (525),



*Большехехцирскому (475), Кроноцкому (422), Тебердинскому (340), Столбы (200), Командорскому (192), Галичья гора (189), Остров Врангеля (182), Лазовскому (177), Кабардино-Балкарскому (120), Шульган-Таш (117), Приокско-Тerrasному (106) и Корякскому (100).*

Охранные зоны 48 заповедников в 2008 году посетили 6740 экскурсионных групп общей численностью 221890 человек, в том числе 118 иностранных групп общей численностью 1703 человек.

Динамика всех посетителей различных объектов в государственных природных заповедниках, включая охранные зоны, приводится Росстатом России.

#### **Государственные природные заповедники. Количество посетителей, чел.**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Музеев	170919	216452	264494	250748	343776	363838	364532	413324
Визит-центров	58065	95132	115674	128394	159004	171982	179629	388898
Экологических троп и маршрутов*	184219	168977	200426	377839	397714	247448	384724	632219
Итого посетителей	413203	480561	580594	756981	900494	783268	928885	1434441
Темп роста к предыдущему году, %		116,30	120,82	130,38	118,96	86,98	118,59	154,43

\* Включая экологические тропы и маршруты в охранной зоне.

**Динамика количества посетителей.** Как видно их таблицы, до кризиса 2009 г. количество посетителей заметно и постоянно росло, особенно в 2007 и 2008 г. В 2009 г. в ряде ГПЗ количество посетителей резко снизилось (причины подробно рассматривались при анализе динамики посетителей в национальных парках России). Так, в Астраханском государственном природном биосферном заповеднике количество посетителей сократилось практически в 2 раза (в 2009 г. оно составило 51,6% от 2008 г.), количество посетителей ГПЗ «Водопад Кивач» – 89,6% от предыдущего года, Приокско-Тerrasного заповедника – 61%. Сократилось посещение и тех территорий, которые расположены в достаточно отдаленных и труднодоступных местах. Например, Байкало-Ленский (83,4%), Баргузинский (90%) заповедники.

При анализе структуры посещений национальных парков видно, что в кризис существенно сократилось количество организованных групп. Можно предположить, что те же процессы происходят и с посещением заповедников. ГПЗ могут точно регистрировать только организованные группы посетителей (в данном случае под организованными имеются в виду группы, направляемые туристическими компаниями по предварительной заявке). Число неорганизованных посетителей, если таковые вообще возможны, можно оценить только приблизительно. Этим можно объяснить снижение регистрируемых посещений в таких ГПЗ, как «Водопад Кивач» и Приокско-Тerrasный, расположенных вблизи крупных городов и имеющих хорошее сообщение с ними.

В ряде ГПЗ количество посетителей в 2009 г. увеличилось: в ГПЗ «Столбы» – на 6,4%, в ГПЗ «Шульган – Таш» – на 6%, в Алтайском – на 11,7%, а в Лазовском заповеднике количество посетителей осталось на уровне прошлого года.

В 2009 г. сократилось количество иностранных посетителей и организованных российских туристов из Москвы и Санкт-Петербурга, но существенно увеличилось количество самостоятельных и организованных туристов из крупных городов данного региона. Так же, как и в национальных парках, в 2009 г. возросло количество школьных групп. И вообще в структуре посетителей доля школьников очень велика и зачастую превышает половину от всех посетителей.

Необходимо отметить, что посещаемость ООПТ иностранными туристами зависит от сотрудничества ООПТ с туристическими фирмами. Так, до 2006 года в районе государственного природного заповедника «Джугджурский» работала и тесно сотрудничала с заповедником туристическая компания, занимавшаяся организацией морских круизов по Охотскому морю для иностранных граждан. После ухода данной компании с туристского рынка в 2006 г., иностранные туристы больше не посещали территорию и морскую акваторию этого заповедника. В заповедник «Усть-Ленский» приток иностранных туристов обеспечивает туристский теплоход Якутск – Тикси.

**География иностранных туристов, посетивших ГПЗ в 2009 г.  
по результатам анкетирования**

	<b>Процент респондентов, %</b>	
Из каких стран приезжают экологи-туристы?	Германия	71,1%
	Франция	28,9%
	Швейцария	15,6%
	Италия	8,9%
	Испания	11,1%
	Великобритания	15,6%
	Скандинавские страны (Норвегия, Швеция, Финляндия)	35,6%
	Другие страны Западной Европы	8,9%
	Страны Восточной Европы	13,3%
	США	35,6%
	Канада	2,2%
	Австралия	8,9%
	Из разных стран единичные визиты	6,7%
	Китай	2,2%
	Ю.Корея	2,2%
	Япония	2,2%
Польша	13,3%	
Чехия	2,2%	

Как видно из таблицы, аналогично национальным паркам, лидером по количеству туристов является Германия, за ними в числе приоритетных следуют туристы из Скандинавии, США, Франции, и Великобритании.

Что касается категорий посетителей, то в ряде заповедников большую долю занимают участники неспециализированных однодневных экскурсий. Так, в Алтайском заповеднике они составляют примерно 80% от всех посетителей, в Баргузинском – примерно 30%. Кроме этого, еще по трети составляют школьники и участники эколого-познавательных туров «общего» профиля (интересующиеся местной природой и культурой «в общем и целом») – в Приокско-Террасном заповеднике таких посетителей 99%, в заповеднике Шульган-Таш – 60%.

В буферных зонах ряда заповедников и на сопредельных территориях много неорганизованных посетителей – любителей пассивного отдыха на природе. В том же заповеднике Шульган-Таш таких до 10000 чел. в год.

Сезонность посещений также имеет место. Пик посещений приходится на лето. В заповедниках, имеющих развитую инфраструктуру, сезонность выражена менее ярко, чем в остальных. Так, в Тебердинском заповеднике, на территории которого расположена горнолыжная база, количество туристов зимой и летом одинаково и частично снижается в межсезонье. В Центрально-лесном заповеднике максимальное количество посещений приходится на лето, но и зимой заповедник посещает около трети от летнего количества туристов; осенью и весной тоже нет тотального спада. Это – положительный фактор для ООПТ, отличающихся относительно близкой транспортной доступностью от крупных центров.

***Проблемы развития экотуризма на ООПТ России***

В настоящее время, несмотря на ряд позитивных изменений в индустрии туризма за последние годы, огромный туристско-рекреационный ресурс российских ООПТ используется далеко не в полной мере.

Следует отметить, что уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает наша страна, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития экотуризма в стране, так как представляют собой лишь один из элементов туристско-рекреационного потенциала.

В современной экономике развитие туризма во многом зависит от состояния наиболее конкурентоспособных туристско-рекреационных кластеров, использующих не только природные

и культурно-исторические ресурсы, но и специализированную инфраструктуру, профессиональные кадры, образовательные и научно-производственные центры, сферу развлечений и др.

**Основные проблемы,** затрудняющие развитие экотуризма в России:

#### Проблемы на макроэкономическом уровне

На развитие экотуризма в российских ООПТ оказывает существенное влияние ряд факторов, затрудняющих развитие въездного и внутреннего туризма в целом по стране:

– Неразвитая туристская инфраструктура в регионах. Малое количество гостиничных средств размещения туристского класса с современным уровнем комфорта;

– Недостаточность инвестиций в строительство и реконструкцию объектов размещения туристов.

– Невысокий уровень туристского сервиса в целом по стране, несоответствие качества оказываемых туристских услуг их стоимости;

– Высокая стоимость проживания в гостиницах, питания, транспорта и иных услуг, предлагаемых туристам, существенно превышающая средневропейский уровень. Как следствие, слишком высокая стоимость туров. Такая ситуация, с одной стороны, не способствует привлечению организованных экотуристов. С другой стороны, высокая себестоимость, сложность организации и низкая доходность снижает заинтересованность ООПТ и туроператоров в развитии этого вида туризма.

– Недостаточно высокий уровень организации воздушного и железнодорожного транспорта внутри страны по сравнению с международными перевозками является одним из основных факторов, ограничивающих дальнейшее развитие туристских комплексов в регионах страны.

– Недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей страны как на зарубежных рынках, так и внутри страны, что затрудняет деятельность по целенаправленному формированию позитивного имиджа России как страны, благоприятной для туризма. Сохранение негативных стереотипов восприятия образа России, создаваемого отдельными зарубежными средствами массовой информации.

– В ряде регионов - исчезновение традиционных поселений и, как следствие, традиционного образа жизни коренных народов, их промыслов и ремесел. Деградация сельхозугодий, исчезновение культурно-исторического ландшафта.

#### Географическое положение и климатические условия ООПТ

– Труднодоступность и удаленное расположение многих ООПТ от крупных центров и аэропортов, сложность и длительность доставки туристов на территорию, плохие дороги (либо их отсутствие), наличие сезонных сложностей с проездом.

– Суровые климатические условия и ограниченность туристского сезона. На многих ООПТ активный туристский сезон составляет всего 2,5 месяцев в году.

#### Неразвитость инфраструктуры ООПТ

К наиболее значимым проблемам в большинстве регионов страны, требующим пристального внимания и серьезного подхода к их решению, относятся:

– Недостаточность и низкий уровень средств размещения туристов на ООПТ (гостевые дома, гостиницы, кордоны, кемпинги и приюты), оборудованных экотроп и туристских маршрутов. В настоящее время значительная часть материальной базы экотуризма нуждается в обновлении.

– Отсутствие в ряде ООПТ транспортных средств, средств связи, необходимого туристского снаряжения и оборудования, вкуче с высокой стоимостью их аренды.

– Слабо развитая, а в ряде регионов отсутствующая инженерная инфраструктура (сети энерго-снабжения, водоснабжения, транспортные сети, мосты, очистные сооружения и т.д.), что является препятствием для привлечения частных инвестиций в туристскую сферу. Плохое качество дорог;

– Недостаточность круизных судов класса «река-море» и туристических автобусов;

– Отсутствие современного программного обеспечения и мультимедийного оборудования в информационных центрах ООПТ.

### Несовершенство нормативно-правового регулирования

– Отсутствие нормативно-правовой базы для развития экологического туризма в заповедниках (согласно существующему на данный момент положению, в них разрешена только эколого-просветительская деятельность). Законодательство РФ не позволяет развивать туризм на территориях заповедников, за исключением использования охранных зон. В этой связи, ряд заповедников воздерживается от ведения экотуристской деятельности. Отсутствуют оформленные законодательно единое определение понятия «экологический туризм» (каждый его понимает и трактует по-своему) и ограничения на ведение экологического туризма на ООПТ (предельно допустимые нагрузки, зоны, на которых туризм запрещается, буферные зоны). Неопределенность законодательства в части собственной экономической деятельности ООПТ (взимание платы, реализация услуг и пр.), и отсутствие в ООПТ кадров, владеющих этими вопросами.

– В соответствии с изменениями в Федеральном Законе «О туризме в РФ», для осуществления туристской деятельности необходимо получение финансовых гарантий на внутренний и международный туризм и ежегодное продление документов для включения в Единый Федеральный реестр туроператоров, имеющих право осуществлять этот вид деятельности. У подавляющего большинства ООПТ нет возможности оформлять финансовые гарантии, а без этого туристская деятельность является незаконной. По этой причине ряд заповедников (в частности, Астраханский) были вынуждены прекратить прием иностранных туристов, несмотря на высокий спрос на его посещение с их стороны.

– Многочисленные бюрократические проблемы, связанные с визовым, таможенным и пограничным режимом, необходимость получения для туристов всевозможных разрешений и согласований у слабо мотивированных государственных служб, зачастую находящихся не на месте пребывания туристов, а в других регионах.

– Отсутствие возможностей использовать доходы, полученные от туристской деятельности, на природоохранные цели и на нужды дальнейшего развития экотуризма на данной территории. В то же время, в рамках государственного бюджетного финансирования выделяется недостаточно средств на развитие экотуризма, формирование его материальной базы. Все это, безусловно, снижает уровень заинтересованности ООПТ в качественном развитии этой деятельности и увеличении потока экотуристов.

– Отсутствие регионального стимулирования развития материально-технической базы экотуризма. Решение проблем на региональном уровне ограничивается дотационным характером бюджетов большинства субъектов Российской Федерации. Привлечение инвестиций для финансирования туристских проектов сдерживается несовершенством нормативно-правовой базы, отсутствием стратегий и планов развития туризма на ООПТ, готовых инвестиционных площадок, наличием излишних административных барьеров, невыгодными условиями аренды земли; необходимостью совершенствования земельных и имущественных отношений и другими причинами.

### Подготовка профессиональных кадров и качество услуг

– Отсутствие у российского персонала опыта и знаний, необходимых для успешной организации туризма. Нередко «принимающая сторона» имеет весьма слабое представление об истинных потребностях и желаниях своих гостей, особенно иностранных.

– Малочисленность (либо отсутствие) квалифицированных кадров в штате ООПТ; недостаточный уровень подготовки персонала.

– Дефицит профессиональных гидов проводников экологического туризма и экскурсоводов – интерпретаторов природы.

– Невысокое качество обслуживания туристов из-за низкого уровня подготовки кадров и отсутствия необходимого опыта.

– Организация обучения российского персонала позволила бы значительно повысить качество экотуризма и удовлетворенность посетителей.

### Мониторинг и управление

- В системе российских ООПТ отсутствует единая система мониторинга и управления экотуризмом.
- Не сформирована система государственного статистического учета данных о состоянии, развитии экотуризма и его мультипликативного эффекта на экономику регионов.
- Для многих ООПТ (в том числе и тех, где уже существует достаточно большой турпоток) до сих пор не определены предельно допустимые рекреационные нагрузки.
- В ряде ООПТ, где имеет место большой поток неорганизованных экотуристов, отмечены серьезные негативные экологические последствия: бесконтрольное движение автотранспорта и прокладка дорог (вред для растений, беспокойство птиц), вытаптывание туристами местобитаний редких растений, несанкционированные турстоянки и парковки автотранспорта, замусоривание территории, браконьерство, несогласованное строительство хозяйственных объектов, в том числе в местообитаниях редких видов растений и животных.
- Ключевой проблемой планирования и управления туристскими потоками на российских особо охраняемых природных территориях является отсутствие единообразных методических подходов к оценке допустимых рекреационных нагрузок, мониторингу и контролю состояния объектов экотуризма, регулированию экотуристской деятельности. Эта проблема оказывается одним из основных препятствий как на стадии проектирования (зонирования) территории, так и при разработке стратегии ее развития и составления долгосрочных планов развития.

### Маркетинг, реклама, информация

- Маркетинговые проблемы являются серьезнейшим фактором, затрудняющим развитие экотуризма в России. До сих пор мировое сообщество не располагает адекватной информацией о российских ООПТ, их значимости и возможности их посещения.
- Отсутствуют качественные рекламно-информационные материалы, что затрудняет продвижение программ и ограничивает возможности выхода на высоко специфический международный рынок экотуризма.
- Нет достаточного разнообразия платных услуг и продукции, что приводит к тому, что доходы от туризма пока значительно ниже, чем могли бы быть.
- В значительной части ООПТ отсутствует современный разработанный турпродукт с полным пакетом услуг, ориентированный на конкретные целевые группы организованных экотуристов;
- Отсутствие единой стратегии маркетинга и целенаправленной рекламной кампании по продвижению экотуристского продукта российских ООПТ.
- Недостаточно развита информационная поддержка деятельности ООПТ в Интернет. Таким образом, нередко потенциальные туристы не располагают информацией об ООПТ и возможности посетить их.
- Нет обмена информацией о существующей практике экологического туризма как в России, так и за рубежом, нет единого информационного пространства и вовлеченности российской системы ООПТ в международные процессы развития экологического туризма.
- Отсутствие подробной информации о районах проведения туров и эколого-познавательных программ ООПТ. Программы ориентированы на некоего абстрактного “усредненного” посетителя и не соответствуют интересам и уровню подготовки конкретных людей.
- Отсутствие специализированной информации, например, списков видов растений и животных с комментариями, перечней редких и исчезающих видов и др. Успех экотуризма, особенно международного, в значительной степени зависит от возможности посетителей получить адекватную информацию еще до начала поездки.

### Вовлечение местного населения

- Отсутствуют механизмы, при которых часть финансовых поступлений от экотуризма направлялась бы на нужды местных поселений.

– Большинство ООПТ серьезно недооценивают необходимость участия местного населения в развитии экотуризма. Между тем, как показывает мировая практика, это могло бы стать хорошей возможностью изменить отношение местных жителей к ООПТ, привлечь их к сотрудничеству, получить их поддержку, сгладить существующие противоречия.

В России первые шаги по внедрению теории и практики экологического туризма были приняты в 1997–1998 году, когда в рамках проекта USAID на Дальнем Востоке впервые была реализована программа развития эколого-познавательного туризма в заповедниках Приморского края. Практически одновременно начались проекты ТАСИС по развитию экотуризма в Карелии. В течение последних двенадцати лет был реализован ряд международных проектов (финансирование USAID, WWF, TACIS, DANSI, UNDP, Министерства охраны окружающей среды Норвегии, Финляндии, Германии и др.) по развитию экологического туризма на особо охраняемых природных территориях России. Проекты выполнялись в ключевых регионах – заповедниках Камчатки, Приморского и Хабаровского краев, Амурской области, Алтай-Саянского экорегиона, Северного Кавказа, Северо-Запада России, Байкала, Центральной России.

По данным Фонда развития экотуризма «Дерсу Узала», в течение последних шести лет на фоне некоторого снижения потока иностранных экотуристов в Россию отмечается заметный рост интереса россиян к путешествиям в уникальные природные уголки своей страны. Наиболее популярными регионами внутреннего экотуризма являются Камчатка, Байкал, Алтай, Карелия. Эти же регионы представляют наибольший интерес и для иностранных экотуристов, путешествующих в Россию. В последние годы увеличилось количество туров-экспедиций, предпринятых российскими туристами в наиболее отдаленные и труднодоступные регионы страны – плато Путорана, Таймыр, Якутия, Чукотка, Командорские и Курильские острова и проч. В период с 2004 по 2008 гг. количество россиян, принявших участие в экотурах, организованных Фондом «Дерсу Узала», ежегодно увеличивалось вдвое. Будем надеяться, что этот процесс знаменует собой возрождение и дальнейшее развитие ранее очень популярного в стране внутреннего туризма. Важно только, чтобы это происходило на принципиально новом уровне – в соответствии с принципами экологической обоснованности и устойчивости.

В 2001 году была создана Российская Ассоциация экологического туризма. Деятельность Ассоциации направлена на развитие экологического туризма на российских ООПТ на основе международных принципов, оказание консультативной и экспертной поддержки, продвижение программ экологического туризма на российский и международный рынок.

### ***3.2. Концепция, базовые принципы и основные направления деятельности по развитию экотуризма на российских ООПТ***

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

#### ***Роль ООПТ в развитии экологического туризма в России***

Система государственных особо охраняемых природных территорий (ООПТ) занимает особое место в развитии экотуризма в России. Заповедники и национальные парки нашей страны не только не уступают по своему экотуристскому потенциалу международным ООПТ, но и имеют перед ними некоторые преимущества.

Охраняемые природные территории в России охватывают практически все типы уникальных и наиболее примечательных ландшафтов и экосистем, не нарушенных деятельностью человека; их посещение дает редкую возможность – побыть наедине с первозданной природой.

Возможности развития экологического туризма в России, безусловно, выходят далеко за пределы федеральной системы ООПТ: объектами познавательного туризма могут быть различные региональные заказники, памятники природы, геологические объекты, уникальные месторождения и т. п. Однако в настоящий момент именно федеральная система особо охраняемых природных территорий, а также региональные природные парки обладают наибольшим потенциалом, необходимым для внедрения в жизнь теории и практики экологического туризма, в силу следующих причин:

1) ООПТ имеют научные отделы, в функции которых входит постоянный мониторинг природных экосистем. В целом, они представляют собой сеть научно-исследовательских учреждений, охватывающую разнообразные природные зоны. Это обуславливает высокую перспективность российских ООПТ для организации любых видов познавательного туризма, студенческих практик, научных туров и волонтерских программ.

2) Сочетание эколого-просветительской и экотуристской деятельности на базе заповедников значительно повышает эффективность экологического образования, позволяет привлечь внимание широкой общественности к вопросам охраны природы и усиливает общественную поддержку охраняемых территорий. У охраняемых территорий появляется реальная возможность стать центрами общественной и культурной жизни в районах, где они расположены (см. главу 3.4.).

3) На сегодня в ряде регионов охраняемые территории являются одними из немногих структур, которые могут взять на себя функции планирования, управления и мониторинга туристической деятельности, что является неременным условием развития экологического туризма.

4) Мировой опыт показывает, что социально-экономическая эффективность экологического туризма наиболее высока на местном и региональном уровнях. Поэтому охраняемые территории могут стать реальным источником новых рабочих мест и дополнительных доходов в местную экономику. Развитие экотуризма на охраняемых территориях будет содействовать привлечению в регионы международного внимания и инвестиций, что, в свою очередь, усилит значимость охраняемых территорий в глазах местного населения, изменит их отношение к природоохранным проблемам.

В целом необходимо отметить, что экологический туризм - это очень сложный, высокопрофессиональный бизнес, который предполагает соблюдение определенных, довольно жестких обязательств как со стороны самих туристов, так и всех участников этого процесса. Без должного планирования и управления, при отсутствии знаний и опыта в этой специфической сфере деятельности природный туризм не может обеспечить существенных экономических преимуществ охраняемым территориям и местным жителям. Вместо этого он может нанести непоправимый ущерб уникальным экосистемам и дискредитировать саму идею развития экотуризма. Поэтому важен государственный контроль и регулирование развития этого бизнеса на федеральных ООПТ в интересах сохранения природных экосистем и максимально полной реализации потенциала экологического туризма. Необходимо решить ряд проблем, затрудняющих внедрение теории и практики экологического туризма, разработать и определить ключевые принципы его дальнейшего развития.

Развитие экологического туризма является одной из основных задач для национальных и природных парков, но не является обязательным для всех заповедников и должно осуществляться с учетом их индивидуальных особенностей (размеров, традиций, ландшафтной, природоохранной и иной специфики), оценки потенциала и привлекательности для туристов, рентабельности и перспектив развития. Безусловно, такая деятельность не должна каким-либо образом вступать в противоречие или наносить ущерб реализации других функций этих особо охраняемых природных территорий – природоохранной, научно-исследовательской и эколого-просветительской.

Узкоспециализированный познавательный туризм, строго регламентируемый и контролируемый, не всегда приносит существенные доходы и играет значительную роль в экономике региона, но может составлять важную часть доходов самих ООПТ, которые могут быть использованы на поддержку других направлений их деятельности. При этом такой туризм играет крайне важную просветительскую и образовательную роль. Именно она создает имидж ООПТ на российском

и международном уровне, позволяет расширить международные связи, в том числе научные, привлечь волонтеров, провести научные экспедиции, привлечь спонсоров и грантовую поддержку.

В то же время, в некоторых регионах развитие экологического туризма на сопредельных с ООПТ территориях может оказать существенное влияние на местную экономику. ООПТ может выступать в роли «катализатора» развития, дополнительного привлекательного объекта, способствующего наращиванию туристского потока в регионы и развитию малого и среднего бизнеса. Наличие ООПТ способствует формированию имиджа региона и определяет направление развития туризма. Существующие визит центры и музеи природы заповедников и национальных парков являются центрами экскурсионной и туристской деятельности региона. Вокруг ООПТ возможно формирование целого комплекса туристской инфраструктуры – например, экологически чистые мини-гостиницы, этнографические деревни, кафе традиционной кухни, развлекательно-познавательные комплексы для детей, сеть гостевого сельского туризма и т. п.

Следует подчеркнуть, что экотуризм, как и экологическое просвещение, не могут и не должны рассматриваться только с утилитарной, прагматической точки зрения, как потенциальный источник дополнительных доходов для ООПТ, регионального и федерального бюджетов. Анализ развития туристической сферы в течение последнего десятилетия говорит о том, что туризм в целом, а экологический туризм в особенности, становится в современном мире средством социально-экономического управления, гуманитарной технологией. Мировой опыт эволюции туризма как в развитых, так и в развивающихся странах демонстрирует необходимость эффективной государственной поддержки туристской отрасли. По данным Всемирной Туристской Организации (ВТО), в Китае, например, реализация первоочередных мер по государственной поддержке туризма позволила увеличить поток иностранных туристов на 56,4%. По этим же данным, доходность средств, вложенных в развитие туризма, составляет 1:4,8, т. е. один рубль дает доход в 4,8 рубля, что делает туризм рентабельной отраслью. В развитых странах для продвижения национального туристского продукта на мировом рынке из федеральных и региональных бюджетов выделяются значительные денежные средства (например, в Канаде из федерального бюджета в 1999 г. было выделено 55 млн долларов, в 2001 г. – 115 млн долларов).

Программы развития экологического туризма на ООПТ становятся частью региональных программ развития устойчивого туризма, способствуют привлечению инвестиций. В результате реализации этих программ в регионах увеличится поток посетителей, появятся новые рабочие места, получат развитие новые виды деятельности, и все вместе будет способствовать притоку дополнительных средств в экономику региона и улучшению инвестиционного климата. Это, в свою очередь, будет способствовать пониманию как местной администрацией, так и местным населением важности сохранения уникальных природных комплексов особо охраняемых природных территорий и будет содействовать становлению системы заповедников и национальных парков как региональных культурно-просветительских центров.

### **Основные положения Концепции развития экологического туризма на федеральных ООПТ России, утвержденной МПР в 2009 г.**

Целью Концепции является определение стратегических ориентиров долговременного развития деятельности государственных природных заповедников и национальных парков Российской Федерации в сфере экологического туризма.

#### **ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИЯХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРИРОДНЫХ ЗАПОВЕДНИКОВ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ:**

##### **1. Обеспечение сохранности природного и историко-культурного комплексов**

Деятельность по организации и развитию экологического туризма ведется без причинения ущерба природным и историко-культурным комплексам охраняемой территории, в строгом



соответствии с режимом особой охраны, регламентированным Положением о конкретном государственном природном заповеднике или национальном парке. Реализуются принципы сведения к минимуму негативных последствий туристской деятельности, а также содействия охране природы и развитию местной социальной и культурной среды.

## 2. Профессиональное обеспечение экологического туризма

Организация деятельности по развитию экологического туризма в заповедниках и национальных парках должна обеспечиваться профессионально подготовленными штатными специалистами. При этом к работе в области развития экологического туризма целесообразно привлечение, в той или иной форме, большинства работников заповедников и национальных парков, которым следует овладеть необходимыми навыками для работы с людьми. Реализуется принцип содействия экологическому образованию и просвещению всех участников туристической деятельности – туристов, туроператоров, местного населения»

## 3. Широкая социальная направленность деятельности по развитию экологического туризма

Деятельность по организации и развитию экологического туризма направлена на самые широкие слои населения: местные жители и посетители ООПТ; сельское и городское население; дети и взрослые; ответственные работники органов власти, управления, сферы бизнеса. Работа ведется в сотрудничестве с различными социальными структурами – образовательными учреждениями, природоохранными государственными органами, органами местного самоуправления, общественными организациями и т. д. Реализуются принципы:

- участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности,
- экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие регионов.

## 4. Использование научного и эколого-просветительского потенциала заповедников и национальных парков

Эколого-просветительский потенциал заповедника или национального парка включает как природное и культурное наследие территории (природные ландшафты, объекты флоры и фауны, историко-культурные памятники и т. д.), так и работающих в нем специалистов в области охраны и изучения природного и культурного наследия, а также соответствующую материальную базу (музеи, информационные центры, экспозиции, фондовые и архивные материалы, учебные помещения, обустроенные экологические тропы, фото- и видеотеки, библиотеки и т. д.).

# ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРИРОДНЫХ ЗАПОВЕДНИКАХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКАХ

Деятельность по развитию экологического туризма в государственных природных заповедниках и национальных парках, как специализированного вида внутреннего туризма, осуществляется в **целях**:

- создания благоприятных условий для формирования современного эффективного конкурентоспособного экотуристского комплекса страны;
- обеспечения сохранения и рационального использования природного и историко-культурного потенциала государственных природных заповедников и национальных парков;
- интеграции российских ООПТ в мировую систему охраняемых территорий
- поддержки идей заповедного дела широкими слоями населения, как необходимого условия выполнения заповедниками и национальными парками своих природоохранных функций;
- формирования новых устойчивых источников доходов государственных природных заповедников и национальных парков,

- содействия решению региональных экологических проблем и социально-экономическому развитию регионов;
- повышения занятости и уровня доходов местных сообществ, удовлетворение потребностей российских и иностранных граждан в экотуристских услугах, улучшение здоровья и качества жизни населения
- участия в формировании экологического сознания и развития экологической культуры населения.

Развитие экологического туризма в заповедниках и национальных парках призвано, в первую очередь, формировать у широких слоев российского общества *понимание современной роли ООПТ в сохранении биологического и ландшафтного разнообразия как основы биосферы, а также уяснение их места в социально-экономическом развитии регионов.* Это должно обеспечить действенную общественную поддержку государственных природных заповедников и национальных парков, как объектов национального достояния.

Системная организация работы государственных заповедников и национальных парков по развитию экологического туризма возможна при решении следующих основных **задач**:

- Разработка стратегических программ и бизнес планов развития экотуризма для ключевых групп ООПТ;
- Создание и модернизация инфраструктуры экологического туризма на российских ООПТ, включая объекты проживания посетителей, оборудованные экотропы и туристские маршруты, музеи природы и визит-центры, места наблюдения за животными, места отдыха. Реконструкция и музеефикация культурных, природных и исторических объектов экотуризма. Развитие сопутствующей инфраструктуры (транспорт, питание и пр.);
- Разработка и реализация маркетинговой стратегии, направленной на привлечение внимания российской и международной общественности к ООПТ РФ. Рекламно-информационное имиджевое продвижение России как страны, благоприятной для экотуризма, на мировом и внутреннем туристских рынках. Организация мероприятий по маркетингу, рекламе, формированию имиджа ООПТ России как центра экологического, научно-познавательного туризма, соответствующего международным стандартам. Реклама и продвижение на рынок новых турпродуктов, ориентированных на соответствующую категорию туристов;
- Развитие международных связей, обеспечение участия в международных программах, максимальное использование международного статуса ООПТ для развития экотуризма и привлечения внимания к ООПТ федерального значения;
- Формирование благоприятного инвестиционного климата в регионах России за счет строительства новых и реконструкции существующих объектов инженерной и сопутствующей инфраструктуры приоритетных экотуристских комплексов на основе государственно-частного партнерства;
- Создание современной нормативно-правовой базы организации экскурсионной деятельности и экологического, познавательного туризма на ООПТ;
- Совершенствование системы планирования, контроля и мониторинга последствий эколого-экскурсионной деятельности, экологического и познавательного туризма;
- Обеспечение единого информационного пространства, включая вовлечение заповедников в мировую систему развития экологического туризма;
- Обеспечение развития кадрового потенциала индустрии экотуризма. Создание системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для работы в сфере экологического туризма на ООПТ (менеджеры, гиды проводники, экскурсоводы интерпретаторы природы, специалисты – орнитологи, ботаники, географы и т. д.);
- Содействие повышению уровня экологической грамотности туристов и местных жителей, воспитанию бережного отношения к природе;

- Разработка и внедрение системы добровольной сертификации экотуристских маршрутов и услуг и внедрение «эколейбла» экологического туризма, соответствующего международным стандартам и на основе международного опыта;
- Разработка комплекса специализированных программ экологического туризма и их информационного обеспечения с целью формирования на ООПТ потока организованных экотуристов, привлечения их новых категорий;
- Разработка и внедрение системы сбора информации о динамике и структуре туристского потока на российских ООПТ. Разработка и внедрение долгосрочной программы мониторинга состояния экосистем в связи с развитием экотуризма на ООПТ, системы управления рекреационными ресурсами, выработка механизма принятия управленческих решений для предотвращения негативных воздействий туризма на экосистемы. Максимальное использование инновационных технологий для мониторинга последствий туристической деятельности, повышения эффективности деятельности службы охраны;
- Проведение научных работ и аналитических исследований по перспективным направлениям развития экотуристской отрасли;
- Создание условий для развития связанных с экотуризмом форм экологически дружелюбного бизнеса: формирования системы гостевых домов, развитие крестьянско-фермерских хозяйств, традиционных промыслов и ремесел, производства экологически чистых продуктов и сувенирных изделий; поддержка традиционной деятельности коренных народов;
- Содействие интеграции программ развития экотуризма на российских ООПТ в региональные планы социально-экономического развития;
- Внедрение эффективных механизмов государственной поддержки, включая государственно-частное партнерство и стимулирование инвестиционной активности.

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРИРОДНЫХ ЗАПОВЕДНИКАХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКАХ

### 1. Экспертный анализ и планирование:

- проанализировать потенциал для развития экологического туризма на территориях заповедников, национальных парков, их охранных зон, в том числе:
  - определить участки, где рекомендуется развитие туризма, и участки, где следует его исключить;
  - изучить вопрос о возможности и целесообразности приоритетного размещения троп и маршрутов в охранных зонах и на биосферных полигонах заповедников и находящихся в их ведении иных особо охраняемых природных территориях;
  - выявить целевые категории посетителей для каждой территории и определить степени приоритетности каждой из них;
  - обеспечить планирование экскурсионно-туристской деятельности в каждом соответствующем заповеднике и национальном парке;
  - разработать, в соответствии с действующим законодательством, систему взимания платы за посещение особо охраняемых природных территорий, учитывающую специфику каждой из них;
  - разработать и утвердить на уровне МПР России План действий по развитию экологического туризма на базе национальных парков и государственных природных заповедников.

### 2. Создание условий и развитие материальной базы экологического туризма:

- создание и развитие инфраструктуры проживания: кордонов, мини-гостиниц, гостевых домов, оборудованных стоянок, кемпингов и др.;

- разработка комплекса специализированных маршрутов и экскурсионных программ для различных категорий посетителей;
- подготовка силами сотрудников заповедников, национальных парков и (или) привлеченных специалистов базовой информации для проведения лекций и экскурсий;
- обустройство экологических троп и маршрутов;
- оборудование территорий заповедников и национальных парков аншлагами и информационными стендами;
- оценка предельно допустимых нагрузок на тропы и маршруты, разработка рекомендаций по оптимальным режимам проведения туров и экскурсий, определение путей минимизации негативных воздействий;
- разработка правил, регулирующих поведение посетителей на особо охраняемых природных территориях, с целью предотвращения ущерба природным комплексам и объектам;
- осуществление ремонта и обустройства остановочных пунктов и мест стоянок;
- строительство наблюдательных вышек и иных сооружений для наблюдения за дикими животными;
- оснащение объектов инфраструктуры техническими средствами для эффективной утилизации бытовых отходов и очистки воды, внедрение альтернативных источников энергии;
- создание новых и модернизация существующих музеев и визит-центров заповедников и национальных парков, призванных играть ключевую роль в развитии экологического туризма.

### 3. Работа с местным населением:

- проведение социологических опросов, интервью и обсуждений с жителями населенных пунктов, окружающих охраняемые территории, с целью выявления желаний и возможностей местного населения участвовать в экотуристской деятельности;
- составление списков потенциальных участников процесса развития экотуризма, готовых предоставить жилье, транспорт, услуги проводников, сувенирную продукцию, продукты питания и т.д.;
- проведение обучающих семинаров для местных жителей, желающих принять участие в обеспечении экотуристской деятельности, по вопросам стандартизации размещения и обслуживания туристов, работы проводников, развитию сопутствующего туризму малого бизнеса;
- поддержка развития сети частных гостиниц и системы гостевого обслуживания туристов в частных домах, внедрение экономических механизмов стимулирования местного бизнеса в сфере туристского сервиса;
- содействие развитию сувенирных промыслов и продвижению сувенирной продукции на соответствующем секторе рынка;
- использование местных культурных традиций для организации фольклорного обслуживания посетителей.

### 4. Рекламно-информационное обеспечение, маркетинг и продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках:

- издание рекламно-информационной продукции для посетителей (буклеты, путеводители, картографические материалы и др.);
- тиражирование сувенирной продукции с символикой заповедников и национальных парков;
- подготовка (на федеральном уровне) единого базового пакета информационно-рекламных материалов о возможностях экологического туризма в заповедниках и национальных парках;
- распространение информации и рекламы через сеть Интернет;
- организация публикаций, теле- и радиопередач о природе заповедников и национальных парков и возможностях организации экологического туризма для жителей и гостей региона;

- формирование единого информационного продукта заповедников и национальных парков для продвижения на российский и международный туристский рынок;
- создание справочно-информационной системы по природным и историко-культурным достопримечательностям, маршрутам и турам, сервисному обеспечению сферы туризма, рекламной туристской продукции;
- выявление и оказание содействия российским туристским компаниям, деятельность которых наиболее соответствует интересам особо охраняемых природных территорий;
- содействие налаживанию партнерских связей заповедников и национальных парков с крупными зарубежными туристскими компаниями, университетами и другими учреждениями, заинтересованными в развитии экологического туризма;
- обеспечение участия заповедников и национальных парков в международных и российских выставках-ярмарках, посвященных экологическому туризму;
- создание системы, стимулирующей ориентированных на экологический туризм людей к посещению максимально возможного числа заповедников и национальных парков.

#### 5. Кадровое обеспечение:

- разработка программы обучения и повышения квалификации специалистов заповедников и национальных парков, а также иных сотрудничающих с ними организаций, занятых в сфере экологического туризма;
- подготовка и издание методических материалов для обучения вышеуказанных специалистов;
- проведение серии обучающих семинаров для основных категорий персонала, связанных с организацией экологического туризма;
- создание центра профессиональной подготовки специалистов в сфере экологического туризма на особо охраняемых природных территориях;
- привлечение для работы в заповедниках и национальных парках выпускников вузов соответствующей специализации.
- создание системы материальных и моральных стимулов для руководителей и специалистов, эффективно работающих в области развития экотуризма.

#### 6. Организация туристской деятельности:

- разработка и внедрение на федеральном уровне системы сертификации экотуристских маршрутов и услуг;
- принятие единой федеральной политики формирования цен на услуги в сфере познавательного туризма на особо охраняемых природных территориях;
- выработка рекомендаций по единым федеральным стандартам оформления аншлагов, экскурсионных троп, визит-центров, информационных материалов;
- разработку и реализацию, с учетом международного опыта, программ и проектов, направленных на обеспечение демонстрации посетителям диких животных в природных условиях;
- разработка механизмов мониторинга и контроля экологического туризма в целях предотвращения ущерба природным комплексам и объектам;
- повышение роли региональных ассоциаций государственных природных заповедников и национальных парков в части координации развития познавательного туризма на особо охраняемых природных территориях;
- создание специализированных отделов по вопросам туризма и рекреации в каждом национальном парке.

Основные стратегические направления развития экотуризма в заповедниках и национальных парках в значительной степени можно применить и для ООПТ иного уровня (природные парки, заказники) вследствие определенной схожести их задач и форм работы.

Очевидно, что развитие экологического туризма на российских ООПТ, как важнейшего компонента экологического просвещения с четко выраженной социально-экономической направленностью, заслуживает серьезной поддержки со стороны государства. В отличие от других направлений деятельности ООПТ, эта сфера в случае ее успешного развития может со временем стать серьезным дополнительным источником финансирования природоохранной деятельности и сыграть существенную роль в социально-экономическом развитии ряда регионов.

### **3.3. Нормативно-правовые аспекты организации экотуризма**

#### ***Правовые основы деятельности по развитию экологического туризма в государственных природных заповедниках и национальных парках***

В соответствии с **Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года** (утверждена распоряжением Правительства 17 ноября 2008 г.. №1662-р), и **Основными направлениями деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 года** (утверждены распоряжением Правительства 17 ноября 2008 г.. №1663-р), одним из главных направлений перехода к инновационному социально-ориентированному типу экономического развития страны является повышение уровня жизни российских граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества, доступности и конкурентоспособности туристских услуг на международном рынке.

**Федеральный закон Российской Федерации «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 г. № 33-ФЗ** (в ред. от 27.12.2009 г.) – является основополагающим правовым актом, который определяет деятельность российских государственных природных заповедников и национальных парков. Согласно ст. №№ 7 и 13 вышеуказанного Закона наряду с охранной и научной деятельностью *заповедникам и национальным паркам предписывается обязательное ведение эколого-просветительской работы с населением.* Одним из направлений эколого-просветительской работы является экологический туризм. В каждом регионе заповедники и национальные парки отражают уникальность местной природы и культуры, а система ООПТ в целом отражает уникальность и многообразие природных и культурных особенностей России. Однако при планировании и организации экологических экскурсий и туров на базе заповедников и национальных парков следует учитывать различия в режиме их охраны и степень разрешенного хозяйственного использования территории. Для заповедников приоритетом является сохранение популяций диких животных и растений, а также мест их обитания, поэтому посещение туристами территории этого вида ООПТ строго ограничено, а национальные парки в первую очередь призваны создавать на своей территории условия для развития рекреационной деятельности, сохраняя в то же время природные комплексы и объекты, имеющие экологическую, историческую и культурную ценность.

В **«Основных направлениях развития системы государственных природных заповедников и национальных парков в Российской Федерации на период до 2015 года»** (утверждены Приказом Министерства природных ресурсов Российской Федерации от 22.04.2003 г. № 342) развитие познавательного туризма рассматривается как самостоятельное направление деятельности заповедников и национальных парков. Этим документом также определены и основные направления деятельности заповедников и национальных парков по развитию познавательного туризма.

**Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ** (в ред. от 30 июля 2010 г.) является законодательным средством государственного регулирования туристской деятельности, обеспечивает права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, создание условий

для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов; обязывает субъекты туристического бизнеса обеспечивать безопасность и качество предоставляемых туристических услуг, охрану окружающей природной среды; содействует развитию туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан, а также развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия.

«Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года» (утверждена Федеральным агентством по туризму в 2008 г.) предусматривает развитие экологического туризма, включая создание условий и развитие инфраструктуры внутреннего и въездного туризма на особо охраняемых природных территориях, в том числе в национальных парках, природных парках и музеях-заповедниках.

Важнейшими подзаконными актами, регламентирующими деятельность российских национальных парков и заповедников, являются «**Положение о национальных природных парках Российской Федерации**» (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 10.08.93 г. № 769), и «**Положение о государственных природных заповедниках в Российской Федерации**» (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 18.12.91 г. №48, в ред. постановления Правительства России от 23.04.96 г. №527). В Положении о национальных природных парках *организация экологического просвещения населения рассматривается в числе их основных задач*, причем п.22 этого Положения конкретизирует различные формы организации этого вида деятельности. Согласно п. 14 Положения о государственных природных заповедниках для реализации поставленной перед ними задачи экологического просвещения населения разрешается организация и устройство на их территориях экскурсионных экологических маршрутов, а также размещение Музеев природы, в том числе с экспозицией под открытым небом. Кроме того, все аспекты экологического и познавательного туризма, как части эколого-просветительской деятельности, в каждом конкретном национальном парке и государственном природном заповеднике регламентируются **индивидуальным положением** об этом парке или о заповеднике. Деятельность по осуществлению экологического туризма в заповедниках и национальных парках отражена в установленных формах ежегодных докладов об их деятельности, в отраслевой статистической отчетности. Ежегодно все российские заповедники и национальные парки предоставляют отчеты, согласно **Единой формы годового информационного отчета директора государственного заповедника (национального парка) России**. Раздел «Эколого-просветительская деятельность» данного отчета должен содержать информацию *по итогам работы в области экологического туризма (в т.ч. наличие инфраструктуры, количество посетителей, информационное обеспечение и др.)*.

### ***Правовые основы деятельности по развитию экологического туризма в Волгоградской области***

На территории Волгоградской области функционирует 8 природных парков.

В соответствии с Законом Волгоградской области об особо охраняемых природных территориях Волгоградской области, принятым областной Думой 22 ноября 2001 года, природные парки являются учреждениями, предназначенными для использования в природоохранных, просветительных и рекреационных целях. Одной из их основных задач является создание условий для отдыха (в том числе массового) и сохранение рекреационных ресурсов, разработка и внедрение эффективных методов охраны природы и поддержание экологического баланса в условиях рекреационного использования территорий.

Один из источников средств природных парков, которыми они распоряжаются в установленном законом порядке, формируется из доходов, полученных от рекреационной деятельности, а также безвозмездной помощи физических и юридических лиц, в том числе иностранных граждан и международных организаций (Статья 17).

В соответствии со Статьей 18, на участках природных парков может устанавливаться различный режим охраны и использования в зависимости от их экологической и рекреационной ценности. Исходя из этого, на территориях природных парков могут быть выделены различные функциональные зоны: природоохранные, рекреационные, агрохозяйственные, зоны охраны историко-культурных комплексов, объектов и иные.

Аналогичные положения о природных парках предусмотрены **Проектом Закона Астраханской области «Об особо охраняемых природных территориях Астраханской области»** (Статьи 15, 17, 18).

**Закон Волгоградской области об охране окружающей природной среды Волго-Ахтубинской поймы**, принятый областной Думой 20 февраля 1998 года, в числе основных направлений государственного управления приводит образование на территории Волгоградской области регионального природного парка, разработку и внедрение эффективных методов охраны природы и поддержания экологического баланса в условиях рекреационного и хозяйственного использования территории поймы (Статья 6).

### ***Правовые основы деятельности по развитию экологического туризма в Астраханской области***

На территории Астраханской области функционируют 2 государственных заповедника федерального значения: «Астраханский» и «Богдинско-Баскунчакский».

В целях создания условий для формирования в Астраханской области конкурентоспособного туристического кластера на областном уровне были приняты следующие документы, способствующие развитию туризма в регионе (<http://asttour.ru/legislation/>):

– Постановление Правительства Астраханской области от 30 декабря 2010 г. № 608-П **«Об концепции отраслевой целевой программы «Развитие туризма в Астраханской области на 2011–2016 годы»**.

– Постановление Правительства Астраханской области от 30 декабря 2010 г. № 641-П **«Об отраслевой целевой программе «Развитие туризма в Астраханской области на 2011–2016 годы»**.

– Постановление Губернатора Астраханской области от 30 декабря 2010 г. № 565 **«О создании совета по туризму при Губернаторе Астраханской области»** (в редакции Постановления Губернатора Астраханской области от 30 мая 2011 г. № 187).

– Постановление Правительства Астраханской области от 21 января 2011 г. № 7-П **«Об утверждении Положения об аккредитации экскурсоводов, осуществляющих экскурсионно-туристический показ объектов культурного наследия, расположенных на территории Астраханской области»**.

– Распоряжение министерства спорта и туризма Астраханской области от 27 июля 2011 г. № 37-р **«О Совете молодых специалистов по туризму при министерстве спорта и туризма Астраханской области»**.

**Отраслевая целевая программа «Развитие туризма в Астраханской области на 2011–2016 годы»** определяет приоритетные направления развития этого вида деятельности. По результатам сравнительного анализа туристических продуктов регионов Южного федерального округа, проведенного Центром стратегических разработок «Север-Запад», в настоящее время туризм в Астраханской области имеет четко выраженный рыболовно-охотничий бренд и занимает 25–30% российского туристического рынка. Однако, современные тенденции развития туризма, а также риски, связанные с истощением ресурсов, оказали существенное влияние на изменение стратегии формирования туристической отрасли в регионе. В Программе четко определены приоритетные направления развития туристической отрасли региона, такие как культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, деловой, круизный, событийный, паломнический, экологический и другие виды туризма, которые должны стать альтернативой традиционному рыболовно-охотничьему отдыху в регионе.



В целях эффективной реализации государственной политики в области туризма был создан постоянно действующий **Совет по туризму при Губернаторе Астраханской области**, в состав которого включены представители соответствующих исполнительных органов государственной власти Астраханской области, местного самоуправления муниципальных образований Астраханской области, туристического бизнеса, природоохранных организаций, общественных объединений, ученые, специалисты и общественные деятели. Основными задачами Совета является разработка и внесение предложений Губернатору Астраханской области по определению приоритетных направлений в области туризма и мер по их реализации, а также предварительное рассмотрение важнейших стратегических вопросов, касающихся развития туристической отрасли на территории Астраханской области. В целом Совет обеспечивает взаимодействие Губернатора Астраханской области с туристическими объединениями и организациями, работниками туристической деятельности.

Важным условием эффективного развития любого вида туризма является наличие высококвалифицированных кадров. В целях обеспечения качества услуг, предоставляемых в сфере культурного туризма, доведения до туристов достоверной информации об объектах культурного наследия, расположенных на территории Астраханской области, а также популяризации объектов культурного наследия в Астраханской области была проведена **аккредитация экскурсоводов**, осуществляющих экскурсионно-туристический показ объектов культурного наследия, расположенных на территории Астраханской области. Кроме того, при Министерстве спорта и туризма Астраханской области был создан **Совет молодых специалистов по туризму**, основной задачей которого является координация взаимодействия молодых специалистов научных и образовательных учреждений, находящихся на территории Астраханской области, с туристическими объединениями, туристскими организациями и работниками туристической отрасли с целью развития общественно полезных молодежных инициатив в сфере туризма, подготовки и закрепления молодых кадров, распространения (внедрения) результатов исследований молодых специалистов. В целом создание Совета обеспечивает содействие развитию инновационной деятельности молодых ученых и обеспечению кадрового потенциала для сферы туризма Астраханской области. Полномочия Совета предусматривают также рассмотрение общественно значимых проектов в области туристской сферы, а также внесение предложений по вопросам развития туризма в Астраханской области.

### ***3.4. Примеры успешной практики развития экологического туризма в России***

#### ***3.4.1. Опыт реализации первых международных проектов по развитию экотуризма в российских заповедниках и национальных парках***

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

В течение последних 15-ти лет различными международными организациями был профинансирован целый ряд проектов по развитию экологического туризма в России. В их числе – проекты Американского Агентства международного развития (USAID) и Всемирного фонда дикой природы (WWF) по развитию экологического туризма на Дальнем Востоке, серия проектов Института Устойчивых сообществ (ISC, программа РОЛЛ) по распространению положительного опыта на территории Хабаровского края, Амурской области, Алтай–Саянского экорегиона и Северного Кавказа. В Карелии и на Русском Севере большую роль в развитии экологического туризма сыграли проекты TACIS и WWF. В рамках проекта Всемирного банка проводилось

исследование возможностей развития экологического туризма на Байкале. Байкальский опыт по развитию системы гостевых домов местных жителей, благодаря поддержке проектов РОЛЛ, ISC, USAID, был широко распространен по всей стране. Активно поддерживаются инициативы по сохранению и устойчивому использованию природных ресурсов и развитию экологического туризма в рамках российских проектов Программы развития ООН, например, в регионе Нижняя Волга, на Камчатке и др.

Одним из успешных примеров международной поддержки развития экотуризма в российских заповедниках является проект, который был реализован в 1996-1998 гг. в рамках программы WWF на средства USAID в Приморском крае. Под руководством авторов данной статьи была проведена большая работа по развитию экотуризма в буферных зонах заповедников Приморского края. В ходе проекта были определены ключевые целевые группы посетителей, разработано несколько десятков программ экологических туров, подготовлена рекламно-информационная продукция, а также организованы тест-туры. Кроме того, был определен круг проблем, затрудняющих развитие экологического туризма не только в заповедниках Приморья, но и во всей системе российских охраняемых природных территорий (См. главу 3.1).

И хотя некоторые из этих проблем до сих пор остаются неразрешенными, именно работа по проекту позволила увидеть огромный потенциал особо охраняемых природных территорий для развития ограниченного, строго регулируемого экологического туризма.

В оценке любого проекта важным показателем является не сам факт его реализации, а в большей степени значимость его результата для улучшения первоначальной ситуации и заинтересованность задействованных целевых групп в достижении успешных практических результатов. Так, например, в 1996 году, когда начинался проект по развитию экотуризма на острове Попова в Дальневосточном морском заповеднике, общая ситуация представляла собой безрадостную картину. На фоне общего спада производства, разрухи и безработицы, раздражительности и озлобленности местных жителей, вложение немалых средств в развитие экотуризма, ремонт полуразрушенного Музея «Природа моря и ее охрана» и даже создание Экоцентра представлялось многим весьма неперспективным делом. Однако реальные достижения оказались даже более впечатляющими, чем изложенные в так называемом разделе «ожидаемые результаты». Прежде всего, удалось увлечь природоохранными идеями местных детей, и они с удовольствием включились в серьезную работу: сделали карту несанкционированных свалок острова Попова и привлекли родителей к их уборке, создали Экологический театр и основали движение «Бережь природу учат дети». В рамках проекта были отремонтированы музей и летняя гостиница, оборудован экоцентр, открылись сувенирные мастерские, начали работу детские экологические лагеря, что позволило привлечь большой поток посетителей на остров и существенно увеличить доходы заповедника. Так, например, доходы от посещения музея, экоцентра и экологических маршрутов стали сопоставимым с объемами ежегодного бюджетного финансирования. Кроме вполне ощутимых материальных изменений, за три года реализации проекта очень многое изменилось и в отношении к заповеднику местных жителей. Появилось понимание значимости процветания заповедника и развития экологического туризма для улучшения социально-экономической ситуации острова и материального благополучия его жителей. Проект давно завершен. Однако начатое дело успешно развивается: число желающих приехать на остров, посетить Музей, заглянуть в Экоцентр и пройти по экологическим тропам растет год от года.

Принципиальное значение проекта заключалось в том, что **впервые к данному направлению деятельности было привлечено внимание общественности**, а также в том, что **была доказана возможность развития щадящего, не нарушающего природные комплексы, экологического туризма в охранных и буферных зонах особо охраняемых территорий**.

Успешный опыт проекта WWF-USAID вдохновил многие ООПТ на развитие этого вида деятельности и дал старт дальнейшему финансированию развития экологического туризма на Дальнем Востоке в 1998-2001 годах. На этой проектной территории основные средства были вложены в развитие инфраструктуры, организацию школы гидов, проведение тест-туров, кроме

того, была оказана поддержка в создании Ассоциации экологического туризма. Опыт проекта на Дальнем Востоке был распространен Фондом развития экотуризма «Дерсу Узала» в рамках программы РОЛЛ Института устойчивых сообществ сначала в заповедники Хабаровского края и Амурской области, затем – на охраняемые территории Алтай-Саянского региона (заповедники Саяно-Шушенский, Хакасский, Катунский, Алтайский, Кузнецкий Алатау, Убсунурская котловина, национальный парк «Шушенский бор» и природно-археологический парк «Казановка»). За несколько лет уже около 30 заповедников оказались активно вовлечены в деятельность по развитию экологического туризма.

**Таким образом, в результате реализации данных проектов были заложены основы дальнейшего развития экологического туризма не только в заповедниках Дальнего Востока и Алтай-Саянского региона, но и во всей отечественной системе охраняемых территорий.**

Кроме того, в рамках проектов РОЛЛ впервые была предпринята серьезная попытка вовлечь в сферу экотуризма местное население. С целью изучения общественного мнения о возможных путях участия местных жителей в эколого-туристической деятельности были проведены социологические опросы в Хакасии, Красноярском крае, отдаленных поселениях Горного Алтая. Анализ результатов опросов, который сам по себе представляет уникальный материал, отражающий мнение более чем 2500 респондентов, подтвердил, что люди не только готовы участвовать в обсуждении вопросов, связанных с развитием экотуризма в регионе, но и с удовольствием сами включатся в это живое и понятное дело. Так, например, 45% процентов опрошенных жителей выразили желание принять участие в развитии экотуризма, а 27% даже изъявили готовность создать добровольные группы активистов. Кроме того, даже само по себе проведение анкетирования местного населения способствовало распространению идей экологического туризма: во-первых, заповедники продемонстрировали, что их волнует не только охрана своей территории, но и решение проблем местного населения; во-вторых, были выявлены потенциальные возможности возрождения традиционных национальных ремесел и промыслов.

Очевидно, что при развитии экологического туризма на базе ООПТ следует соблюдать требования природоохранного законодательства, учитывать допустимые рекреационные нагрузки и систематически проводить мониторинг состояния природной территории для выявления негативных последствий туристической деятельности и принятия мер по их минимизации. При соблюдении всех этих условий развитие экологического туризма позволит не только расширить эколого-просветительский потенциал ООПТ, но и будет способствовать устойчивому развитию природной территории за счет оптимизации её использования.

Таким образом, реализация вышеперечисленных проектов выявила весьма существенную роль, которую особо охраняемые природные территории – заповедники, национальные и природные парки – способны выполнять в сфере развития экотуризма. В некоторых случаях именно ООПТ способны взять на себя роль проводника идеологии устойчивого туризма как на местном, так и на региональном уровне. Реализация идей устойчивого развития через продвижение экологического туризма может изменить взаимоотношения и с администрацией региона, и с местным населением, ведь ООПТ перестает быть закрытым учреждением государственного подчинения, которому нет дела до экономических и социальных проблем региона. Напротив, заповедник или парк становится выгодным партнером, который может предложить властям эксклюзивную программу развития экологического туризма, в результате реализации которой получают развитие новые виды деятельности, произойдет возрождение национальной культуры, появятся новые рабочие места для местного населения, увеличится поток посетителей в регион. Такие ООПТ могут стать региональными культурными и просветительскими центрами, их эколого-туристическая деятельность будет способствовать притоку дополнительных средств в экономику региона и улучшению инвестиционного климата, а местные жители будут рады, что им посчастливилось жить рядом с ними. В следующих главах представлен опыт некоторых российских ООПТ, достигших значительных практических результатов в развитии экологического туризма. Выбор именно этих ООПТ для представления передового опыта обусловлен, прежде всего, тем, что на

их примере была проведена большая работа по адаптации зарубежного опыта и отработаны наиболее эффективные механизмы развития экологического туризма в различных регионах России. Впоследствии многое из приведенного ниже опыта было успешно использовано для разработки Стратегий развития экотуризма в других регионах.

### **3.4.2. Опыт разработки стратегий развития экологического туризма для российских ООПТ**

*Н. В. Моралева, Е. Ю. Ледовских, Н. Н. Волкова*

#### *Камчатка*

Одним из первых в России опытов разработки комплексных стратегий развития экотуризма для российских ООПТ явилась работа, проведенная в 2004–2005 гг. на Камчатке в рамках проекта ПРООН/ГЭФ. Специалистами Фонда развития экотуризма «Дерсу Узала» и Ассоциации экотуризма были разработаны Стратегии развития экологического туризма для Южно-Камчатского федерального заказника, Кроноцкого гос. заповедника, природных парков Быстринский и Налычево.

Разработке Стратегий предшествовало тщательное изучение обширных литературных и фондовых материалов, всесторонний анализ современной ситуации, предпосылок и перспектив развития экотуризма на базе конкретных ООПТ и прилегающих территорий. В итоговых документах были не только сформулированы стратегические задачи развития экотуризма, но и приведены практические рекомендации вплоть до программ конкретных туров и ориентировочных расчетов их экономической эффективности. Проведенные исследования позволили предложить реалистичные направления деятельности, способствующие оптимизации развития экотуризма на рассматриваемых ООПТ, а также учесть взаимосвязи различных видов туризма и возможности использования традиционных занятий местного населения для создания эксклюзивных региональных турпродуктов. Это особенно важно, поскольку стремление развивать экотуризм, во многом новую для многих регионов и для многих управленцев отрасль туризма, нередко бывает сопряжено с недостаточностью знаний и опыта, с иллюзиями о возможностях быстрого обогащения и намерениями решить за счет модной экологической этикетки ряд не относящихся к делу задач.

Немаловажно в развитии экологического туризма и грамотное планирование инвестиций, в том числе с учетом особенностей местности, перспектив. Так, например, было высказано предложение не начинать капитального строительства удаленных объектов размещения туристов там, где нет оснований рассчитывать на значительный туристский поток, где нет диверсифицированного предложения турпродукта, нет надежных транспортных связей. Взамен такого развития туристской инфраструктуры были предложены другие, существенно более экономные и реалистичные пути – в частности, создание недорогих, но необычных и привлекательных средств размещения экотуристов, стилизованных под жилища коренных народов – юрты или чумы, которые устанавливаются только на период туристского сезона в местах экотуристических стоянок. Одной из важных практических рекомендаций было предложение не ограничивать, и тем более не делать платным, для местных жителей (представителей коренных малочисленных народов Камчатки) посещение традиционно используемой ими территории Быстринского парка в пределах допустимой рекреационной нагрузки и при условии соблюдения действующего здесь природоохранного режима.

Опыт проекта демонстрирует важность разработки стратегий и планов последовательных действий по их реализации для успешного и экономически эффективного развития экотуризма на конкретных охраняемых территориях или в регионах в целом.

## *Национальный парк «Смоленское Поозерье»*

Другим успешным примером разработки и реализации Стратегии развития экотуризма может служить проект «Развитие экологического туризма как путь для сохранения природного и культурного наследия на примере НП «Смоленское Поозерье». Стратегия была разработана экспертами Ассоциации экологического туризма и Фонда развития экотуризма «Дерсу Узала» совместно со специалистами парка «Смоленское Поозерье» при финансовой поддержке Голландского посольства и ряда спонсоров. Опыт национального парка «Смоленское Поозерье» показал, что разработка единой, согласованной стратегии развития устойчивого туризма для данной ООПТ позволила не только объединить интересы различных групп (администрации парка, региональной и районной администрации, инвесторов, туристических компаний, местного населения, приезжих дачников), но и учесть все противоречия. Впоследствии Стратегия вошла в областную программу развития туризма.

На первом этапе проекта были проведены анализ социально-экономической ситуации региона, обследование исторических, природных и культурных достопримечательностей территории, экспертная оценка туристической привлекательности территории парка и его окрестностей. По результатам проделанной работы был сделан вывод, что туризм здесь развивать можно и нужно. Благоприятные климатические условия, живописные уголки первозданной природы, удобные подъездные пути и относительная близость к крупным центрам, кадровый потенциал национального парка – все это оказалось отличной предпосылкой и базовой основой для широкого развертывания эколого-туристической деятельности с привлечением посетителей из других регионов страны, а также зарубежных гостей.

Проведенные исследования позволили сформулировать **основные проблемы**, затрудняющие развитие экологического туризма в национальном парке «Смоленское Поозерье»:

- Искоренение традиционных поселений и, как следствие, традиционных сельскохозяйственных занятий, промыслов и ремесел, деревенского образа жизни.
- Деградация сельхозугодий, нарушение культурно-исторического ландшафта в связи с зарастанием полей и хаотичной застройкой нежилых деревень современными коттеджами.
- Неравномерное распределение туристических потоков – концентрация неорганизованных туристов на нескольких центральных озерах парка и практически полное отсутствие посетителей в других частях парка. Закономерными последствиями этого являются: постоянное загрязнение бытовым мусором, образование многочисленных кострищ, лесные пожары, эрозия берегов, образование троп и дорог, браконьерская охота и рыболовство, сбор дикоросов. Причем с каждым годом ситуация усугубляется и без принятия срочных мер может выйти из-под контроля.
- Недостаточное количество летних гостевых домов и практическое отсутствие гостевых домов круглогодичного действия.
- Отсутствие предложений для сезонного отдыха, особенно зимних видов отдыха и рекреации.
- Отсутствие разработанного современного турпродукта с полным пакетом услуг, ориентированного на различные целевые группы туристов. Недостаточное использование таких потенциальных возможностей для развития туризма, как расширение предложений по обеспечению различных форм активного отдыха (велопрогулки, конные прогулки, сплавы по рекам и др.), демонстрация традиций природопользования, организация наблюдений за животными. Недостаточное использование исторического, культурного и природного потенциала имеющихся достопримечательностей. Необходимость реконструкции и модернизации музеев и восстановления объектов показа для демонстрации туристам.
- Отсутствие потока организованных туристов и недостаточный опыт работы сотрудников национального парка по его формированию.
- Слабая рекламная компания, отсутствие четкой стратегии маркетинга, рекламы и продвижения турпродукта, недостаточная представленность предложений национального парка в сети Интернет.
- Отсутствие яркого «раскрученного» бренда национального парка.

На основе проведенного анализа и выявленных проблем были сформулированы **стратегические цели, задачи и основные направления развития экотуризма** в национальном парке «Смоленское Поозерье» на ближайшее пятилетие (2009–2013 гг.).

В рамках Стратегии было учтено, что развитие экологического и сельского туризма в национальном парке должно быть направлено на сохранение природного и культурно-исторического ландшафта и традиционного сельского уклада жизни, возрождение народных промыслов и ремесел. Были выявлены **целевые категории туристов**, уточнены наиболее перспективные направления развития туризма в регионе, сформулированы первоочередные направления, этапы и последовательность работы, приоритетные направления маркетинга и рекламы. При этом развитие и **создание инфраструктуры для осуществления эколого-туристической деятельности** является необходимым условием сохранения уникальной природной территории. В связи с тем, что решение этих задач невозможно без участия местного населения и создания условий для привлечения кадров, в том числе и из других регионов, большое внимание было уделено **организации взаимодействия с местными жителями и привлечению их к сотрудничеству в сфере обслуживания инфраструктуры экотуризма**. Основные предложения Стратегии были также направлены на расширение спектра и потока туристов, увеличение продолжительности туристического сезона за счет развития зимних видов отдыха, кроме того, были **рекомендованы** и относительно **новые** для национального парка **направления туристической деятельности** – развитие бальнеологических и оздоровительных туров, связанных с традициями народной медицины.

Отличительной особенностью разработанной Стратегии стала ее **географическая привязка**. Опираясь на ландшафтную структуру территории и результаты пространственного анализа, в национальном парке были выделены туристско-рекреационные зоны, для каждой из которых были предложены индивидуальные сценарии развития. При этом разработанное **туристско-рекреационное зонирование** не совпадало с функциональным зонированием территории, утвержденным Положением о национальном парке. На отдельных участках парка менялся статус охраны, однако баланс участков с заповедным режимом и режимом рекреационного использования сохранялся. Такой пересмотр был необходим с точки зрения оптимизации распределения туристических потоков и рационального размещения инфраструктуры туризма. Это позволило разработать для каждой зоны систему взаимосвязанных программ, проектов и отдельных мероприятий и наиболее эффективным образом привлекать средства из различных источников – федерального и регионального бюджетов, частных инвестиций, некоммерческих организаций.

В результате анализа территории и культурно-природных объектов с точки зрения возможностей использования для туристических целей были выделены следующие **туристско-рекреационные зоны национального парка «Смоленское Поозерье»:**

– **Центральная зона** парка, ключевая для развития массового туризма – поселок Пржевальское, деревни Старый двор, Боровики, окрестности озер Сапшо, Рытое, Чистик, Глубокое, Мутное, Петраковское. В этой зоне было предложено развивать инфраструктуру круглогодичного действия для развлечений и спорта. При въезде в поселок Пржевальское было запланировано создание туристско-рекреационного комплекса «Земля Смоленская», который не только позволит оптимизировать сезонную рекреационную нагрузку и создаст основу для развития поддерживающей инфраструктуры обслуживания туристических потоков в центральной зоне, но и станет туристическим объектом всероссийской значимости, что позволит привлечь посетителей из крупных городов.

– **Зона «Смоленский тракт»** – *русло р. Ельши*. Зона возрождения сельских поселений, благоприятная для развития агротуризма и демонстрации быта этнографических деревень. Кроме того, богатые народные традиции, бережно хранящиеся в этих поселениях, позволят разработать целый комплекс познавательных и даже оздоровительных туров.

– **Зона научно-познавательного экологического туризма**, основанного на наблюдении за животными в естественном природном окружении. Озеро Ельшанское, деревня Подосинки, деревня Ельша. Наиболее востребованными направлениями в этой зоне являются орнитологические

экскурсии (в т.ч. наблюдение за водоплавающими птицами), наблюдение за крупными млекопитающими и другими объектами живой природы, организация научных экспедиций, фототуры. Перспективным является и развитие реабилитационного центра для лечения и содержания птиц.

– **Зона развития рыболовно-туристических комплексов.** Окрестности озера Дго, деревня Ярилово, Рыковщина, озера Баклановское, Петраковское. В этой зоне предполагается развитие рыболовного туризма, кемпингового и семейного отдыха, событийного туризма с использованием народных праздников и традиций. Для повышения эффективности работы в этом направлении необходима разработка программ восстановления рыбных ресурсов и создания условий для круглогодичной рыбалки.

– **Зона научно-познавательного, образовательного и детского экологического туризма.** Проведение детских экологических лагерей, международных волонтерских лагерей, тематических экскурсий, детских праздников, конференций и других мероприятий.

– **Зона развития VIP-отдыха «Рыбалка и охота на Руси».** Создание сафари парка, вольер для наблюдений за дикими животными, развитие любительской охоты за границами национального парка, развитие зимних видов отдыха – VIP-коттеджи и базы отдыха, зимняя рыбалка, катание на снегоходах и т.д. Окрестности деревни Городище.

Все зоны было предложено связать радиальными экскурсионными маршрутами с поселком Пржевальское, с обустроенными маршрутами для посетителей, передвигающихся пешком, и велотуристов. Кроме того, было предложено обустроить радиальные выходы к туристическим объектам с каждого маршрута, а также восстановить исторические, культурные и природные памятники.

Отдельным самостоятельным направлением развития туристической деятельности в национальном парке «Смоленское Поозерье» и Демидовском районе было выделено **развитие сельского или агротуризма**, основой которого является вовлечение в туристическую деятельность местного населения, создание новых возможностей для поддержки и расширения предприятий малого бизнеса. Стратегией определено постепенное развитие этого направления вслед за общим оживлением туристической деятельности в районе, привлечением новых потоков туристов, организацией цивилизованного туристического бизнеса.

На заключительном этапе проекта были разработаны конкретные **механизмы реализации разработанной Стратегии**. Для каждой зоны были разработаны планы развития, в том числе формирование инфраструктуры и регулирование туристических потоков, подготовлен пакет предложений и проектов, ориентированных на различные потенциальные источники финансирования, в том числе:

- инвестиционные проекты, выполняемые за счет средств частных инвесторов;
- проекты, которые могут быть профинансированы за счет средств областного или федерального бюджета;
- проектные предложения для финансирования из средств международных грантов.

Для каждого проектного предложения и инвестиционного проекта был рассчитан примерный бюджет и определены сроки окупаемости.

Кроме этого, были сформулированы **ожидаемые результаты и критерии их оценки**, а также количественные и качественные **показатели эффективности** реализации Стратегии. Таким образом, в результате реализации мероприятий Стратегии ожидается:

- Территория национального парка «Смоленское Поозерье» станет единым туристическим комплексом, национальной гордостью и займет достойное место на туристическом рынке страны.

– Будет создан современный культурно-развлекательный центр. Поселок Пржевальское станет центром притяжения для туристов из Смоленска, Москвы, Санкт-Петербурга, других регионов Европейской России, а также из-за рубежа.

– На примере национального парка «Смоленское Поозерье» будет создана модель развития экологического туризма, направленного на сохранение традиционной русской культуры - ключевой проблемы российской провинции.

– Будут сохранены культурные ландшафты, создан прецедент возрождения русской деревни силами поселенцев, в т. ч. и из других регионов, при содействии администрации парка и района. Это позволит возродить историческую память народа, сохранить традиционный сельский уклад, возродить традиционные виды сельского хозяйства и промысла, привлечь новые творческие силы в парк, создать новые рабочие места и виды деятельности для местного населения.

– Предлагаемая Стратегия станет одним из первых реальных планов развития туризма в реализации огромного потенциала российских национальных парков с учетом международного опыта развития экологического и сельского туризма. Она создаст предпосылки для предотвращения хаотичной застройки в национальных парках, стирания культурной идентичности, потери культурного и природного наследия страны.

– Национальный парк станет учебным полигоном для сбалансированного и культурного ведения бизнеса, учитывающего интересы всех сторон, направленного на устойчивое долгосрочное развитие региона, внедрение современных технологий и проектов застройки, грамотного сельского хозяйства.

– Реализация программы будет способствовать развитию духовной культуры на основе русских традиций и русской православной церкви, позволит возродить пустеющие деревни, обеспечить их устойчивое функционирование с применением современных экологически чистых технологий. Это, в свою очередь, позволит сохранить и привлечь новые, в том числе молодые кадры в местные деревни.

– Создание долгосрочной программы развития экологического туризма позволит привлечь российские инвестиции и международные гранты, способствующие более стабильному и успешному развитию национального парка.

В составе механизмов реализации стратегии предложены также **механизмы контроля** за выполнением составляющих Стратегию планов и программ. **Количественные и качественные показатели эффективности реализации Стратегии:**

1. Число туристских маршрутов на территории национального парка «Смоленское Поозерье» увеличится с 5-ти в 2008 году до 20-ти в 2013 году.

2. Туристический поток в национальном парке увеличится до пределов рекреационной емкости – 450 000 туристов в год.

3. Строительство новой инфраструктуры будет способствовать увеличению рекреационной емкости национального парка до 1 000 000 туристов к 2013 году.

4. Обновление инфраструктуры и расширение спектра туристских предложений повысит привлекательность национального парка для посещений иностранными туристами, поток которых к 2013 году увеличится до 2000 человек.

5. Зонирование территории национального парка, разработка новых туристских предложений и расширение инфраструктуры для приема и обслуживания туристов позволит более равномерно распределить туристический поток, а также расширить возможности для организации зимнего и межсезонного отдыха в регионе.

6. Возрождение сельских поселений в рамках реализации Программы позволит привлечь новых трудоспособных жителей в старинные деревни и села, расположенные на территории парка, увеличив их население примерно на 20 семей (около 100 человек).



7. В парке будут созданы новые рабочие места: не менее 20 рабочих мест – в туристическом отделе, привлеченные экскурсоводы – 10 человек, сезонные сотрудники, обслуживающие туристические комплексы и стоянки – 20 человек.

8. В сфере малого предпринимательства, ориентированного на развитие туризма в Демидовском и Духовщинском районах Смоленской области, будет создано еще около 200–300 новых рабочих мест.

9. Увеличение объемов предоставляемых туристско-экскурсионных и оздоровительных услуг будет способствовать увеличению наполняемости гостиниц, баз отдыха и иных объектов туристической инфраструктуры, расположенных на территории парка, с 20–25% в 2008 году до 68% в 2013 году.

Практическим рекомендациям по разработке Стратегий развития экотуризма посвящены главы 4.1–4.4. В настоящей главе, опираясь на опыт национального парка «Смоленское Поозерье», приведем описание некоторых ключевых шагов, которые были предприняты для **вовлечения заинтересованных сторон в обсуждение и дальнейшую реализацию стратегии.**

*Шаг 1. Выбор заинтересованных сторон.* Ключевые стороны, наиболее заинтересованные в развитии экологического туризма, были выявлены еще на этапе всестороннего анализа, и все они были активно вовлечены в создание Стратегии.

*Шаг 2. Обсуждение Стратегии.* К обсуждению документа с целью его максимальной эффективности и дальнейшей успешной реализации был привлечен широкий круг заинтересованных лиц и потенциальных спонсоров. В ходе разработки Стратегия обсуждалась, докладывалась, рецензировалась на разных уровнях: отдельными людьми (бизнесменами, фермерами, частными предпринимателями и др.), семьями (сотрудников парка, старожилов, владельцев гостевых домов и др.), региональными инициативными группами (Клуб деловых людей и др.), районными, областными и муниципальными администрациями, неправительственными организациями, государственными органами и многими, многими другими. Неоднократно Стратегия и ее отдельные программы обсуждались с главами администраций МО Пржевальское городское поселение и Демидовский район, Департаментами культуры и природопользования администрации Смоленской области. Была проведена обширная разъяснительная работа в бизнес кругах на уровне области, разработчики выступали с презентациями Стратегии на заседаниях Клуба деловых людей Смоленска. Всего в обсуждение Стратегии было вовлечено не менее тысячи человек. При этом знакомство с разработанной Стратегией происходило разными способами – в ходе совещаний, презентаций, круглых столов, обучающих семинаров, докладов на конференциях, личных бесед, переговоров. В обсуждении были широко задействованы СМИ, в том числе электронные. Отклики приходили и на публикации в газетах (всего было около 10-ти различных публикаций в газетах общероссийского, областного, районного уровней). Это позволило создать максимально полный и, при этом, реалистичный документ.

*Шаг 3. Создание Координационного комитета.* Интересным результатом работы является изменение отношения к парку, как со стороны властей, так и со стороны различных групп местного населения. Если в начале работы существовала некоторая напряженность, то в последнее время на всех встречах царил атмосфера доверия и доброжелательности среди представителей всех заинтересованных сторон. В результате из активистов был **создан Координационный совет – рабочий орган реализации Стратегии.**

Координационный совет биосферного резервата «Смоленское Поозерье» является постоянно действующим органом управления и интеграции программ и мероприятий в национальном парке, в том числе реализации стратегии развития экологического туризма. Совет является коллегиальным органом при администрации национального парка; проводит свою работу во взаимодействии с Демидовским районным советом депутатов, исполнительными органами местного самоуправления муниципальных образований, хозяйствующими субъектами, научно-исследовательскими учреждениями, общественными объединениями и другими организациями на терри-

тории Смоленской области. Совет привлекает для участия в своей работе специалистов в области охраны и изучения окружающей среды, устойчивого развития, экономики, социальных наук, менеджмента, маркетинга, международных отношений, юриспруденции и др.

На одном из первых заседаний Совета рассматривались вопросы реализации разработанной Стратегии, в частности ее внедрение в проводимое территориальное планирование Демидовского района. Предложения стратегии были включены и в обсуждаемый на этом же заседании Генеральный план развития пос. Пржевальское. Широко обсуждались проблемы землепользования в рамках Стратегии. Были приняты принципиальные решения по актуальным проблемам охраны культурного ландшафта на территории национального парка «Смоленское поозерье», по вопросу дальнейшего развития торгово-ярмарочного комплекса «Слободская ярмарка», по инвестиционному проекту обустройства спортивного комплекса Союза биатлонистов, по вопросу организации крестьянско-фермерского хозяйства в деревне Шугайлово и ряду других актуальных предложений стратегии. Таким образом, координационный совет стал реальным рабочим органом реализации Стратегии.

*Шаг 4. Внедрение Стратегии.* Разработка и принятие Стратегии позволили дать целостную картину современного состояния территории парка как части административных районов области – Демидовского и Духовщинского, обозначить пути дальнейшего развития территории. В результате удалось **привлечь средства спонсоров для реализации конкретных проектов.** Важным результатом, который был получен в результате работы, можно считать **внедрение Стратегии и отдельных ее позиций в региональные и федеральные плановые и стратегические документы.**

*Шаг 5. Финансирование мероприятий Стратегии.* Благодаря четко обозначенным планам развития инфраструктуры для каждой выделенной туристско-рекреационной зоны, грамотно проведенной оценке необходимых инвестиционных вложений и прогнозированию механизма и сроков их окупаемости, уже в первый год реализации Стратегии развития экотуризма для национального парка «Смоленское Поозерье» удалось **привлечь более 3 000 000 рублей дополнительного финансирования** – средств грантов, областных бюджетов, спонсоров. Обсуждение Стратегии с представителями бизнеса Смоленщины привлекло их внимание к проектам, включенным в документ. Так, например, национальный парк получил инвестора в лице регионального подразделения Газпром – Смолоблгаз, который в настоящее время оказывает финансовую поддержку в ремонте здания административного центра парка «Бакланово». Ряд проектов Стратегии были включены в долгосрочную программу развития туризма в Смоленской области на 2010–2013 годы, в рамках которой предусматривается финансирование из средств областного и федерального бюджетов. Губернатором Смоленской области принято решение о выделении средств из резервного фонда на ремонт вольерного комплекса, а также о финансировании ремонта и дальнейшего обустройства центра экологического образования. Кроме того, к реализации проекта были привлечены средства международных и российских организаций:

– Проект «Фонда устойчивого развития» – 25 тыс. USD на внедрение современных энергосберегающих технологий – Голландское посольство – 150 тыс. EUR на доработку и публикацию Стратегии и обучение местного населения.

– Общественная палата России – 3 млн руб. на обустройство экологических троп в национальном парке.

– За счет частных средств российских спонсоров был обустроен центр мониторинга и гостевой дом на территории дендропарка в поселке Боровики.

– Частные и федеральные российские средства были использованы для создания туристического комплекса «Земля Смоленская» – в частности, была оформлена демонстрационная площадка, посвященная событиям 1812 года.

– Средства частного инвестора были привлечены для строительства спортивно-оздоровительного комплекса на оз. Глубоком.

Таким образом, уже в первые годы внедрения Программы на привлеченные средства спонсоров был успешно реализован целый ряд проектов, в т. ч. создание **туристического центра**

в поселке Боровики, включающего дендропарк, центр мониторинга этнографической деревни, вольерный комплекс, экологическую тропу «К истокам» и святой источник Серафима Саровского; **обустройство парка Козлова** в поселке Пржевальское; а также создание **спортивно-оздоровительного комплекса** на озере Глубокое.

**Выводы:** Как показал опыт разработки Стратегии, даже процесс подготовки и обсуждения документа, первые шаги по его внедрению уже сыграли положительную роль в развитии национального парка «Смоленское Поозерье». Сам факт, что Стратегия разрабатывалась при финансовой поддержке и участии представителей экологически ответственного бизнеса Смоленской области, говорит о многом. На очереди целый ряд инвестиционных проектов, активно обсуждаемых и продвигаемых, несмотря на экономический кризис. Крайне важный результат, достигнутый благодаря разработке стратегии – предотвращение застройки окраин курортного поселка Пржевальское коттеджным поселком, который, безусловно, обезобразил бы ландшафт национального парка и в ближайшем будущем принес бы массу проблем районной администрации (в виде необходимости обновления коммуникаций, строительства очистных сооружений, уборки мусора и т. п.). В этом случае о развитии поселка как туристического центра не могло быть и речи. На сегодняшний день согласовано включение положений Стратегии в территориальное планирование области и района, предполагается финансирование отдельных программ и проектов из средств областного бюджета. Привлечены средства частных спонсоров, общественных, природоохранных и международных организаций.

Разработка, обсуждение и внедрение стратегии, создание координационного совета по развитию экологически устойчивого туризма стали действенным инструментом по признанию и развитию национального парка, совершенствованию его деятельности, улучшению материальной и технической оснащенности, совершенствованию инфраструктуры. В целом, все это положительно сказалось на имидже парка, понимании общественностью его деятельности, признании достижений, росту общественной поддержки.

И это пока только «побочный» эффект. Основной результат ожидается в ближайшее пятилетие, на этапе внедрения стратегии, осуществления основных инвестиционных проектов по созданию туристической инфраструктуры, современного турпродукта и профессиональной организации туристических услуг. Национальный парк при этом может и должен стать современным туристическим центром, эффективно осуществлять функции биосферного резервата при безусловном выполнении основной своей задачи – сохранении и восстановлении естественных природных комплексов.

### **3.4.3. Опыт работы российских заповедников и национальных парков в сфере развития экологического туризма**

#### **Государственный природный биосферный заповедник «Астраханский»**

***Н. В. Мех, заместитель директора по эколого-просветительской работе, к.п.н.***

Один из первых российских заповедников – Астраханский – был организован в 1919 году для сохранения уникальных природных ландшафтов дельты Волги и восстановления численности водоплавающих и околоводных птиц, практически истребленных к началу XX века в угоду моде на украшения из птичьих перьев и шкурок и промышленным запросам мыловаренной промышленности. Изначально отечественные заповедники создавались именно для сохранения уникальных природных объектов и охраны редких представителей флоры и фауны. Со временем, особенно в период деятельности специальных ведомств по управлению заповедниками РСФСР (1933–1951 гг.) были приняты официальные Положения о заповедниках (1933, 1940, 1944 гг.).

«Круг задач заповедников заметно расширился, среди них указывалась необходимость выявления новых сырьевых ресурсов, проведение учетных и акклиматизационных работ, организация туризма» (Штильмарк, 2005). Приоритетными направлениями в эти годы стали также экскурсионно-туристическая и музейная деятельность, которая получила развитие в форме организации «пролетарского туризма».

Астраханский заповедник всегда отличался сильными научными традициями и непреклонным соблюдением принципов заповедности территории. Посещение заповедника всегда было крайне ограничено, поэтому основными его посетителями во все времена были студенты, приезжающие для прохождения учебных и производственных практик; члены научных экспедиций и ученые, работающие над научными исследованиями; коллеги из других заповедников и природоохранных организаций, а также съемочные группы и журналисты. Немаловажен и тот факт, что с 1935 г. Астраханский заповедник входил в группу так называемых заповедников «союзного подчинения» и финансировался напрямую из союзного бюджета. Централизованные и весьма значительные финансовые потоки позволили создать достаточно сложную инфраструктуру, включающую в себя более 100 жилых и производственных помещений, научные лаборатории, средства для размещения приезжих и Музей природы. В эти годы был сформирован внушительный парк автомобильного и водного транспорта, позволяющий нести эффективную охрану на всех трех участках заповедника, построены линии электропередач, трансформаторные подстанции, оборудованы подъездные пути к кордонам и др. Заслуги Астраханского заповедника в деле охраны биоразнообразия уникальных природных комплексов дельты Волги были высоко оценены на международном уровне: в 1975 году территория заповедника была включена в состав Рамсарского угодья международного значения «Дельта Волги», а в 1984 году заповедник получил статус биосферного. Однако к середине 1980-х годов финансирование стало резко сокращаться, а в начале 1990-х практически прекратилось. Сокращение финансирования поставило под угрозу не только содержание инфраструктуры заповедника и ведение научных исследований, но и в первую очередь – охрану заповедной территории, которая представляет собой сеть протоков между дельтовыми островами, инспектирование которых осуществляется с использованием водного транспорта, что предполагает значительные затраты на горючее.

Однако, мировая известность Астраханского заповедника и обширные научные связи в орнитологических кругах позволили начать сотрудничество с иностранными туристическими фирмами, занимающимися организацией экологических туров. Так, например, был заключен договор с немецкой фирмой «Альбатрос-тур», которая многие годы успешно организовывала экскурсии для орнитологов-любителей из Германии. Средства, вырученные от экологических туров, поддержали научную деятельность и охрану заповедной территории, а опыт проведения экологических туров с иностранными туристами позволил Астраханскому заповеднику начать активную работу по продвижению идей развития экологического туризма в регионе.

Следует отметить, что в 1990-е годы в Астраханской области наблюдался настоящий «туристический бум», тысячи туристов устремились в Волго-Ахтубинскую пойму и дельту Волги, создавались десятки туристических фирм, которые наперебой предлагали своим клиентам рыболовные и охотничьи туры. В это время туристический бизнес в большей степени интересовало лишь извлечение прибыли, а об устойчивости туризма и перспективах развития экологического туризма в регионе всерьез стали задумываться только спустя десятилетие. К этому времени заповедником был накоплен значительный опыт в сфере экологического туризма; разработанные научными сотрудниками экологические маршруты в дельте Волги пользовались все большей популярностью. Кроме того, в области сложилось мнение, что заповедник – одна из наиболее «продвинутых» в деле туризма организаций, поэтому представители заповедника регулярно приглашались на областные совещания по вопросам развития туризма в регионе, а сам Астраханский заповедник стал «визитной карточкой» региона.

В 2006 году на базе Астраханского биосферного заповедника был проведен тренинг-семинар для руководителей и менеджеров туристических фирм «Экотуризм – грани сотрудничества ООПТ и туристического бизнеса». Этот семинар стал первой попыткой объединить три совершенно противоположные, на первый взгляд, стороны (турбизнес, ООПТ и ВУЗы) для того чтобы серьезно и всесторонне обсудить проблемы развития экологического туризма в Астраханской области. В ходе семинара были сформулированы основные проблемы развития этого вида туризма в регионе. После обсуждения участники с помощью рейтингового голосования выбрали проблемы, которые представляются наиболее актуальными для каждого из них.

#### ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА (в скобках указано число «голосов»)

##### ИНФОРМАЦИОННЫЕ:

Недостаток информации (20)

Нет четкого понимания о том, что такое экотуризм (18)

##### ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ

Недостаточно развитая инфраструктура (16)

Недостаток квалифицированного персонала (12)

##### ФИНАНСОВЫЕ

Ценовая политика (10)

##### ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА КАК ВИДА ТУРИЗМА

Узкая специализация туров в регионе (8)

Менталитет и особенности местного населения (6)

Низкий интерес у клиентов к экологическим турам (4)

Вынужденный простой (2)

В 2009 году Астраханским биосферным заповедником в сотрудничестве с Министерством спорта и туризма Астраханской области, при поддержке программы «Живая Волга» Бюро ЮНЕСКО в Москве и Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия был организован семинар для представителей туристического бизнеса «Современные подходы к экотуризму и сохранение биоразнообразия дельты Волги». В рамках семинара был проведен опрос участников, которые констатировали, что, несмотря на наметившуюся в последние годы тенденцию развития в регионе культурно-познавательного и экологического туризма, самыми распространенными видами туризма по-прежнему остаются рыбалка и охота. В то же время большинство присутствующих отметили негативное влияние такого вида туристической деятельности на экосистемы дельты Волги – загрязнение ТБО, высокий фактор беспокойства, постоянное изъятие природных ресурсов (рыбы и дичи). В качестве перспективных направлений развития туризма в Астраханской области многие участники видят экологический туризм (89,7%), культурно-познавательный туризм по достопримечательностям (86,2%), сельский туризм (62,0%), бёдвотчинг (41,4%), паломнический туризм (38,0%), круизный (27,6%), рыбалка (27,6%) и охота (17,2%).

Участники семинара пришли к выводу, что «развитие экологического туризма – дело нужное и перспективное», однако «этот вид туризма не сможет занять лидирующее положение в регионе». По мнению участников семинара, одной из ключевых проблем развития экотуризма в Астраханской области является дефицит высококвалифицированных кадров, особенно гидов, которые должны не только иметь определенный практический опыт организации наблюдений за живыми объектами в их естественной среде обитания, но и уметь интересно проводить экскурсии для различных категорий посетителей. Очевидно, что среди 2 млн. туристов, ежегодно посещающих Астраханскую область, есть и потенциальные участники культурно-познавательных и экологических туров. Это подтверждают и результаты опроса на сайте Министерства спорта и туризма Астраханской области (<http://asttour.ru>), проведенного в сентябре 2011 года. Из 505 респондентов, отвечавших на вопрос «Какой астраханский вид отдыха Вы предпочитаете?», многие (43,0%) на-

звали «рыбалку и охоту», однако значительная часть респондентов поддержала «экологический» (32,0%), «культурно-познавательный» (17%), «круизный» (6,0%) и иные (3,0%) виды туризма. В настоящее время многие туристические фирмы Астраханской области помимо рыбалки и охоты предлагают своим клиентам экскурсии на лотосные поля, а также культурно-познавательную программу, включающую осмотр достопримечательностей города Астрахани и Астраханской области.

Астраханский биосферный заповедник организует два вида экологических экскурсий и туров: орнитологические (наблюдения за миграциями птиц: апрель – первая половина мая, сентябрь – октябрь) и ботанические (цветение лотоса – вторая половина июля – начало сентября). В любое время (за исключением зимних месяцев) проводятся ознакомительные экскурсии по водным маршрутам. Астраханский биосферный заповедник в соответствии с требованиями Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» внесен в Единый федеральный реестр туроператоров, поэтому самостоятельно продвигает свой турпродукт на туристическом рынке. Кроме того, налажено сотрудничество с некоторыми туристическими агентствами, которые оказывают содействие в организации экскурсионных и туристских групп, заинтересованных в посещении экологических маршрутов. Следует отметить, что рекреационная нагрузка на заповедную территорию строго ограничена, т.к. приоритетной задачей заповедников является сохранение ненарушенных природных комплексов и ландшафтов, типичной флоры и фауны, а также отдельных видов живых организмов и среды их обитания. Поэтому экологические экскурсии и туры в заповедниках (в отличие от национальных парков, где этот вид деятельности является основным) имеют ограничения, связанные со строгим природоохранным режимом. Не является исключением и Астраханский биосферный заповедник, число посетителей которого не превышает 1000 человек в год – это, главным образом, школьники и студенты, а также семьи астраханцев и группы гостей из других регионов России. Работа с посетителями не ограничивается только посещением водных экологических маршрутов. Посетителям Дамчикского участка заповедника предлагается экскурсия в Музей Природы, а для школьных и студенческих групп, приезжающих на длительное время в экологический лагерь или на полевую практику – целый комплекс научно-познавательных лекций-презентаций, возможность проведения самостоятельной практической работы в научных лабораториях и обширная игровая программа, позволяющая легко и эффективно закрепить полученные экологические знания. Для этих целей в 2007 году на территории центрального кордона Дамчикского участка Астраханского биосферного заповедника был открыт Информационный центр, на базе которого проводятся экологические лагеря для школьников и студентов «Заповедная смена». В 2011 году, благодаря поддержке нефтяной компании «ПетроРесурс» и Проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия водно-болотных угодий Нижней Волги», на базе старинного сруба 1930-х годов был оборудован современный Учебный центр, в котором созданы все условия для обучения и проживания студентов профильных ВУЗов, приезжающих на учебные и производственные практики.

Экологическое просвещение молодежи, вовлечение школьников и студентов в активную природоохранную деятельность, обучение молодых кадров в сфере охраны природы является перспективным направлением работы Астраханского биосферного заповедника. **Программа экологического лагеря «Заповедная смена»** охватывает основные направления научной деятельности заповедника, вариативна и рассчитана на школьников старших классов и студентов 1–2 курсов. Каждый из семи дней, проведенных в экологическом лагере, открывает перед его участниками новое направление природоохранной и научной деятельности заповедника, позволяет погрузиться в заповедную атмосферу и даже попробовать себя в роли научного сотрудника или госинспектора. В «День охраны» обсуждались проблемы взаимоотношения местного населения и заповедника: с одной стороны, госинспектора заповедника, обязанности которых – пресекать нарушения и составлять на них протоколы, с другой – местные жители, для которых дичь и рыба нередко является основным способом существования и питания их семей. В числе основных причин возникновения конфликтов между заповедником и населением участники всех экологических смен

указывали «непонимание нарушителями целей организации заповедников», «отсутствие понимания необходимости охраны природы для потомков, чтобы они смогли насладиться красотой нетронутой природы», а также «низкий социальный уровень жизни людей» и «отсутствие других видов заработка в сельской местности». Пути решения конфликтов многие видели в нахождении компромиссов между двумя сторонами. Большой интерес у участников вызвали интерактивные методы: работа в малых группах и ролевые игры. Например, участвуя в ролевой игре «Задержание браконьеров», они смогли побывать на месте госинспекторов заповедника и понять, как им нелегко охранять природу.

«Орнитологический день» в экологическом лагере начинается с лекции-презентации о птицах, которая предваряет увлекательную лодочную экскурсию по водотокам низовьев Волги, во время которой участниками под руководством орнитологов заповедника проводятся учеты птиц на маршрутах. После экскурсии данные наблюдений со всех лодок обобщаются, и подсчитывается общее количество увиденных птиц и число встреченных видов. В среднем, во время каждой экскурсии участники имеют возможность увидеть не менее 30 видов птиц. Например, участники второй смены 2007 года в ходе 2-х часовой экскурсии встретили 867 особей птиц, относящихся к 34 видам, третьей смены – 2410 особей, относящихся к 33 видам, а четвертой смены – 2392 особи, относящихся к 38 видам. Среди птиц, которые встречались на этих водных экскурсиях, были не только распространенные виды (озерная, белокрылая и речная крачки, большой баклан, разнообразные представители отряда воробьиных), но и редкие – кудрявый пеликан, колпицы и др. Многие участники искренне удивляются, что птицы в заповеднике не боятся человека и ведут себя спокойно, поэтому их легко можно наблюдать в бинокль и даже невооруженным глазом с довольно близкого расстояния.

«Ихтиологический день» в экологическом лагере, как и следует из названия, полностью посвящается изучению рыб. Экскурсия в музей и лекция о рыбах помогает обобщить знания об ихтиофауне Астраханского биосферного заповедника, а практическая работа по анализу контрольного улова и определению видовой принадлежности молоди рыб позволяет участникам почувствовать себя научными сотрудниками, на этот раз ихтиологами. Необходимо отметить, что определение молоди рыб – достаточно трудоемкое занятие, ведь размеры «мальков» часто не превышают сантиметра.

В другие тематические дни участники экологического лагеря знакомятся с работой ботаников, гидрологов, гидрохимиков, почвоведов, герпетологов и др., посещают метеорологическую станцию, где узнают, как собираются данные, необходимые для прогноза погоды.

В целом программа лагеря направлена на экологическое воспитание молодежи и способствует формированию экологической культуры подрастающего поколения и его социализацию в обществе. Наблюдения за живой природой способствуют пониманию важности природных процессов, значимости природы в нашей жизни и повышению информированности о проблемах сохранения уникальной природы дельты Волги.

***Национальный парк «Кенозерский»***  
***Е.Ф. Шатковская, директор парка***

Национальный парк «Кенозерский» был создан в 1991 году. Культурное наследие Кенозерья не имеет аналогов в мире: только на территории национального парка находится около 100 памятников деревянного и каменного зодчества, в составе музейного фонда числится свыше 7000 движимых памятников, в совокупности отражающих своеобразие традиционной культуры коренного населения. Именно наличие на территории национального парка ценнейших объектов культурного наследия выступает одним из главных факторов его привлекательности для туристов. Администрация национального парка уделяет огромное внимание **сохранению объектов культурного наследия**: постепенно началось возрождение уникальных сооружений, внедряются новые принципы и подходы к реставрации памятников, основанные на совмещении традици-

онного плотницкого ремесла и современных методов реставрации. В трудные 1990-е годы неоценимую финансовую и техническую помощь оказало Правительство Норвегии, взявшее на себя финансирование реставрационных работ наиболее уникальных памятников Кенозерья.

Особое место в музейном собрании уникальных памятников занимают знаменитые кенозерские «небеса» (потолочные перекрытия молельных залов часовен и церквей, расписанные на библейские сюжеты). В Кенозерье сохранились 16 «небес», уникальных образцов монументальной живописи в деревянных храмах, аналогов которым нет в мире – это самая большая коллекция в России.

Кроме посещения памятников материальной культуры, большим интересом у посетителей пользуется возможность приобщиться к **нематериальной культуре Кенозерья**. Фольклор, традиционное прикладное искусство, характеризующее духовную культуру этого самобытного края, позволяет осмыслить уникальность этой территории во всей полноте ее историко-культурной значимости. Очевидно, что культурное наследие сохраняет историческую память, без которой невозможно существование нации, возрождение культурных традиций предков в свою очередь способствует развитию патриотизма и толерантности в молодежной среде и является практически единственным источником знания новых поколений о традиционной народной культуре и зодчестве родного края. Сохранение историко-культурных традиций является важнейшим социальным фактором и ресурсом развития депрессивных территорий, в пределах которых, как правило, и расположены национальные парки, и, что особенно важно, становится ключевым содержательным аспектом устойчивого туризма.

Кенозерский национальный парк обладает уникальным экспозиционным пространством под открытым небом. Центральная и южная части Парка интересны в первую очередь «природной» составляющей. Здесь можно увидеть фрагменты коренных лесов и нетронутых болот, многочисленные озёра, водораздел двух океанов – Ледовитого и Атлантического. Большинство пеших экологических троп и маршрутов организовано именно в этих частях Парка. Экологические тропы и маршруты – важная часть экскурсионно-туристической структуры Парка, при их разработке учитывалась необходимость комплексной демонстрации посетителям уникальности историко-культурного и природного наследия региона. Природные, культурно-исторические и этнографические экспозиции на территории Кенозерья позволяют создать у посетителей Парка наиболее полное и яркое впечатление от восприятия подлинной культурно-ландшафтной среды, которая включает исконный русский жизненный уклад, традиционное природопользование и многообразие памятников природного и историко-культурного наследия.

«Продвижение образа территории» – одна из ключевых задач развития туризма в национальном парке «Кенозерский». Сегодня вряд ли можно кого-либо удивить дорогими современными отелями, да и в Кенозерье едут не за этим: посетителей привлекает возможность почувствовать неспешный ритм жизни северян, послушать пронзительную тишину, прикоснуться к подлинной материальной и духовной культуре, ощутить атмосферу традиционного быта в старинных сельских поселениях. В связи с этим, важнейшей задачей национального парка является сохранение целостности историко-культурной среды, поскольку традиционная планировка и застройка сами по себе представляют значительную ценность и несут информацию о культуре Кенозерья.

Одним из эффективных способов сохранения исторической застройки традиционных поселений по опыту национального парка «Кенозерский» является приобретение и реставрация старинных крестьянских домов в исторических деревнях. Такой подход к созданию инфраструктуры для развития экотуризма позволяет не только сохранить деревню от вымирания, культурные ландшафты от деградации и зарастания, а традиционную народную культуру от полного исчезновения, но и создать новые рабочие места для местных жителей, желающих работать в сфере обслуживания посетителей.

Так, например, в деревне Зехново – в одном из древнейших поселений Кенозерья, ведется работа по созданию Этнографического центра «Где родился – там и Иерусалим». В структуру Центра включены два старинных крестьянских дома, на базе которых оборудованы



экспозиционные помещения, гостевые комнаты на 30 посетителей, открыты кафе-гостиные, позволяющие наглядно продемонстрировать традиции северной кухни. На территории Центра есть и эксклюзивный демонстрационный объект – усилиями Парка была восстановлена водяная мельница, в которой размещена экспозиция «Зехновская мукомольня». В целом деятельность Центра ориентирована, прежде всего, на семейных посетителей, так, например, для молодежи разработана программа «Медовые дни в деревне», а для родителей с детьми – программа «Семейные каникулы».

В Визит-центре в деревне Вершинино, который располагается в отреставрированном двухэтажном купеческом особняке Кожевникова начала XX в., в экспозиции «Кенозерский дом» воссозданы подлинные интерьеры дома зажиточных кенозерских крестьян начала XX в.

В другой живописной деревне Тырышкино создан Эколого-этнографический центр «Сенокосное раздолье». Здесь Парком также был приобретен старинный двухэтажный крестьянский дом, в котором после реставрации могут разместиться до 15 человек. В другом старинном доме кенозерская семья по договору с Парком устраивает для гостей великолепные обеды из блюд традиционной кухни, приготовленных в русской печи. Неподалеку от деревни в «святой» роще можно посетить памятники XIX века: часовню-«крест» Успения Пресвятой Богородицы (самая маленькая часовня в России) и часовня Параскевы Пятницы с перекрытием «небом».

В музейной экспозиции «**Рухлядный амбар**», размещенной в одной из крупнейших хозяйственных построек Кенозерья, местные жители и гости Парка могут увидеть уже упомянутые выше великолепные кенозерские «небеса», подлинную крестьянскую мебель и посуду, орудия труда, предметы быта, ремесленные инструменты. Эта экспозиция дает удивительную возможность сформировать представление обо всех гранях жизни кенозерского крестьянства: духовных, бытовых, хозяйственных.

Большой интерес у посетителей вызывают объекты показа, связанные с традиционными народными промыслами и повседневным бытом местных жителей.

Одним из самых популярных мест посещения туристами является памятник промышленной архитектуры «**Гужовская мельница**» – действующая водяная мельница образца XIX в. Впервые на Северо-Западе России был восстановлен комплекс старинного гидротехнического сооружения, состоящего из плотины, водопроводящего тракта, здания водяной мельницы с мельничным механизмом и жилого дома мельника.

**Музейный комплекс «Амбарный ряд»** Кенозерского национального парка в деревне Вершинино представляет собой три амбара – небольшие хозяйственные постройки, памятники гражданской архитектуры XIX века, с устроенными внутри тематическими экспозициями:

– Музей плотницкого мастерства «**Мастерская древодела**» знакомит посетителей с одним из древнейших ремесел, достигших высокого уровня развития в Кенозерье. Здесь можно познакомиться с разнообразными инструментами, специальными приспособлениями, традиционными технологиями строительства деревянных сооружений, узнать некоторые секреты плотницкого искусства. На специально оборудованной площадке проводятся мастер-классы для посетителей, поэтому каждый может попробовать себя в роли мастера-плотника.

– В музее кузнечного ремесла «**Гефестово подворье**» выставлены образцы кузнечного промысла, которым славились местные мастера. В кузницах изготавливали самые разнообразные предметы, необходимые в хозяйстве: косы, серпы, топоры, вилы, лопаты, сошники, капканы, остроги, крючки, багры, пешни, кочерги, ухваты для чугунок, противни, заслонки, самоварные трубы, светцы, дверные ручки и навесы, замки. Узорные решетки для окон и кованые двери украшали храмы. Недаром в старину говорили, что «без кузницы деревня не живет».

– Музейная экспозиция «**Китоврасово подворье**» представляет фрагменты архаичной керамики, найденные во время археологических исследований на территории Парка; предметы, демонстрирующие историю гончарного промысла Кенозерья в XIX–XX вв., центром которого стала деревня Карпово – родина знаменитых «карповских горшков» и китоврасов – глиняных фигурок с изображением полуконей-полулюдей. Основой экспозиции является ручной гончарный круг

и посуда, изготовленная карповскими мастерами. Здесь же в «купеческой лавке» можно приобрести в качестве сувенира и современные авторские керамические изделия: игрушки, посуду.

Интересным туристическим объектом Кенозерья является архитектурный парк «**Кенозерские бирюльки**». В экспозиции представлены уменьшенные копии историко-архитектурных памятников Кенозерья, ныне утраченных или находящихся в аварийном состоянии. На площади около 5 га были собраны макеты жилых, культовых и хозяйственных построек, выполненные в масштабе 1:2 по всем канонам плотницкого мастерства. Эта экспозиция позволяет показать целостную картину архитектуры Кенозерья и все многообразие его культурной самобытности. Прогуливаясь по дорожкам архитектурного парка, посетители могут заглянуть в окошки отдельных построек и увидеть традиционные интерьеры, обустроенные уменьшенными копиями предметов быта.

Главным достижением развития туристической деятельности в Кенозерье является то, что произошло переосмысление общественного и социального значения сохранения историко-культурного наследия. Очевидно, что местное население является реальным носителем традиционной народной культуры, её творцом и хранителем, поэтому вовлечение местных жителей в управление территорией, в деятельность Парка, помогает им понять практическую выгоду от сохранения окружающей среды и историко-культурного наследия. Причем это не обязательно только экономическая выгода, но и нравственная. Изменилась мотивация посещения Парка – в последнее время туристов в большей степени интересует не отдых на природе, а именно знакомство с наследием территории и осознание его духовной ценности. Необходимость охраны и реставрации позволили создать новые рабочие места. Из числа местных жителей были сформированы бригады плотников, которые уже многие годы профессионально работают на реставрации памятников архитектуры, выполняя даже самые сложные работы, участвуют в строительстве новых объектов туристской инфраструктуры. Местные жители являются не только хранителями культурных объектов, но и активно сотрудничают с Парком, предоставляя для размещения туристов свои дома, работают поварами, экскурсоводами, участвуют в фольклорных праздниках, изготавливают изделия традиционных промыслов и ремесел, обеспечивают продуктами питания, оказывают транспортные услуги, участвуют в благоустройстве населенных пунктов и объектов туризма. Туристическая деятельность Парка способствует также развитию малого экологически ориентированного бизнеса в сфере обслуживания посетителей, что является важным фактором устойчивого развития территории и практического привлечения местного сообщества к проблемам охраны природного и культурного наследия. В помощь местным жителям, желающим работать с посетителями, проводятся обучающие семинары по бизнес-планированию, основам экскурсионной деятельности, сельскому туризму; организуются мастер-классы по народным ремеслам, традиционной кухне. Инициировано создание фонда микро-кредитования местного населения для развития малого бизнеса.

За 20 лет функционирования Парка была создана уникальная инфраструктура **размещения туристов**, в которую входят гостиницы, гостевые дома, лесные приюты, туристические стоянки с единовременной вместимостью 1330 человек. Существенная составляющая успеха – вариативность предложений в зависимости от уровня благосостояния посетителей и их предпочтений. При этом помимо строительства стандартных объектов размещения, приоритетным направлением развития туристской инфраструктуры Парка является создание тематических гостиниц и гостевых домов, которые во всем мире имеют огромную популярность. Большое внимание уделяется работе по продвижению туристического продукта на отечественном и зарубежном туристических рынках. Парк постоянно сотрудничает с туристическими фирмами и компаниями Архангельска и Архангельской области, Москвы, Санкт-Петербурга, которые направляют организованные туристические группы, а также размещают рекламную информацию на своих сайтах и в буклетах. География посетителей Кенозерского национального парка очень широка – от Калининграда до Хабаровска, приезжают туристы из стран СНГ, Евросоюза, Америки, Австралии.

Основной поток туристов, посещающих Кенозерье, приходится на летнее время. Объем туристского потока за последние годы увеличился в несколько раз: если в 1997 году туристические маршруты Парка посетили 1645 человек, то в настоящее время Парк принимает не менее 9–10 тыс. экскурсантов и туристов в год.

Большое внимание в деятельности национального парка «Кенозерский» уделяется эколого-просветительской работе с детьми. Одной из наиболее востребованных форм экологического туризма для детей являются экологические лагеря. За 14 лет в таких лагерях прошли обучение более 3700 учащихся из различных районов Архангельской области, городов России, Финляндии. В работе с самыми активными и любознательными посетителями Парка широко используется *метод погружения в среду*. Участники экологического лагеря в зависимости от своих интересов могут выбрать *мастер-классы* по различным видам ремесел. Так, например, в Центре народных промыслов и ремесел Парка в поселке Усть-Поча проводятся мастер-классы по плетению из бересты, резьбе по дереву и войлоковалению; в Доме народного мастера в поселке Поча – по ручному ткачеству на старинных ткацких станках, лоскутному шитью, изготовлению обрядовых кукол; а в гончарной мастерской Парка в деревне Вершинино – по лепке каргопольской глиняной игрушки и изготовлению глиняной посуды, одному из интереснейших промыслов Кенозерья. Мастер-классы проводят не только специалисты Парка, но и местные народные умельцы.

Интересен опыт Кенозерского национального парка по привлечению детей к эколого-просветительской работе. Так, например, учащиеся Лекшмозерской школы принимали активное участие в разработке «Тропы муравейников». Яркие информационные щиты рассказывают об основных обитателях этой тропы – муравьях, экосистемах озера, ручья, зарастающего луга, соснового и елового леса, солончаки, порхалища, галечники. Дети с удовольствием проводят экскурсии по этой тропе для посетителей Парка.

Другим примером вовлечения местных жителей в деятельность национального парка «Кенозерский» может служить воплощение идеи создания «Тропы раздумий». Эта тропа расположена в одном из самых излюбленных мест отдыха – Масельге, в окружении целого ряда туристических стоянок и вблизи базы Детского экологического лагеря. Уникальность «Тропы раздумий» заключается в том, что благоустройство её было начато школьниками из России, США, Голландии, Великобритании, Германии и Японии, а завершено с участием местных жителей при финансовой поддержке Фонда «Устойчивое развитие». Путешествие по «Тропе раздумий» позволяет посетителям почувствовать хрупкость и ранимость природы, осознать значение природы в жизни человека. Погружению в атмосферу способствуют многочисленные легенды и предания о растениях и их чудесных свойствах, истории экскурсовода о том, как в старину их собирали и использовали в хозяйстве, а также красочные стенды, на которых можно прочесть изречения философов, писателей, художников и поэтов о ценности единения человека и природы. Мало кого оставляет равнодушным возможность принять участие в праздновании Дня Ивана Купалы, связанного с глубокой народной верой во всемогущие силы природы. Кроме того, на тропе оборудован «Чайный домик», в котором местные жительницы готовят по старым рецептам травяные чаи и угощают посетителей традиционной выпечкой.

В настоящее время по договору о сотрудничестве с национальным парком «Тропа раздумий» обслуживается органом территориального общественного самоуправления (ТОС) «Искорки надежды». Именно участницы ТОСа помогали оформлять интерьер «Чайного дома», а сейчас проводят экскурсии по тропе и организуют церемонию чаепития. При этом, большая часть дохода от приема туристов поступает в бюджет ТОСа, что способствует повышению заинтересованности местных жителей и дальнейшего развитию этого маршрута.

Все большей популярностью у туристов пользуются *событийные туры*: Святки, Масленица, День «Сорокосвятых», Праздник Ивана Купалы, Петров день и др., основанные на местных традициях. Посетители могут принять участие в народных гуляниях, престольных праздниках, некоторых традиционных видах природопользования (сенокос, рыбная ловля). В 2004 г. националь-

ным парком была возрождена Успенская ярмарка, которая продолжает давнюю традицию северного крестьянского земледельческого цикла. На ярмарку приезжают фольклорные коллективы, мастера из разных уголков России. На праздничных площадках можно услышать традиционные северные песнопения, сплясать кадрили, принять участие в мастер-классах по традиционным ремеслам, этнографических программах, таких как «Свадебный пир», «Обмолот снопов» и др. Как и в старые добрые времена, в большом котле из всех видов молодых зерновых варят особую кашу «пожинаху», которой угощают всех собравшихся.

Таким образом, работа в области сохранения и возрождения традиционной народной культуры является одним из путей *взаимовыгодного сотрудничества между национальным парком и местным населением*. Она решает задачи не только экологического образования, но и проблемы занятости местного населения, способствует созданию уникального имиджа национального парка, его узнаваемости. Опыт национального парка «Кенозерский» убедительно показывает, что туристическая деятельность, организованная достойно, профессионально, с уважением к посетителям, способствует позитивному отношению туристов к сохранению природного и историко-культурного наследия территории и передаче личного опыта восприятия заповедной земли последующему поколению.

### ***Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» (по материалам Природного парка «Волго-Ахтубинская пойма»)***

Природный парк был организован в 2000 году в соответствии с законом Волгоградской области от 17.04.1998 г № 167-ОД «Об охране окружающей природной среды «Волго-Ахтубинской поймы» и Постановлением Главы Администрации Волгоградской области от 05.06.2000 г. № 404 «О создании государственного учреждения «Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма». Территория парка расположена в северной части Волго-Ахтубинской поймы и относится к трем муниципальным районам Волгоградской области: Среднеахтубинскому, Ленинскому и Светлоярскому.

Основные задачи деятельности парка:

- сохранение природной среды и природных ландшафтов;
- создание условий для отдыха (в том числе массового) и сохранение рекреационных ресурсов;
- разработка и внедрение эффективных методов охраны природы и поддержание экологического баланса в условиях рекреационного использования территории природного парка.

В природный парк едут ценители истории и культуры, едут отдохнуть среди красивой природы, едут потому, что путешествовать – это свойственно человеку. Полюбоваться природой Волго-Ахтубинской поймы приезжают туристические группы из разных уголков России и зарубежья. К рекреационным ресурсам на территории природного парка «Волго-Ахтубинская пойма» относятся: лесные угодья; реки, озера, ерики, массивы водно-болотных угодий, охотничьи угодья, а именно, территории, пригодные к организации тех или иных видов рекреационных занятий (отдых у воды, в лесу, туризм, различные экскурсии). Одной из главных задач организации туризма в природном парке «Волго-Ахтубинская пойма» является предоставление людям возможности посещать наиболее интересные природные и историко-культурные объекты, одновременно сохраняя природные ландшафты и биоразнообразие территории. На сегодняшний день на территории Природного парка «Волго-Ахтубинская пойма» функционируют 3 экологических тропы и 11 туристических маршрутов, различных как по способам передвижения и физическим нагрузкам, так и по целям посещения и объектам показа. Маршруты отражают индивидуальные особенности ландшафтной структуры природного парка, соединяют наиболее характерные и привлекательные природные и историко-культурные объекты. Наиболее популярными видами туров среди посетителей Парка являются: спортивно-рыболовные туры, сплавы и велотуры.

*Спортивное и любительское рыболовство* в природном парке «Волго-Ахтубинская пойма» – особая разновидность рекреации. Огромное количество рыбаков с разных уголков страны в надежде на богатый улов приезжают в пойму. Любители рыбной ловли по достоинству оценят богатство водоемов поймы. Здесь обитает 59 видов и подвидов рыб, из которых 5 видов относятся к редким и исчезающим, а 17 – имеют промысловое значение.

Парк предлагает *сплавы* по реке Ахтуба и по Каширинскому тракту продолжительностью от 5 часов до 3-х дней (на выбор). Сплавы не напряженные, в «свою силу», есть время покупаться и половить рыбу, остановиться, осмотреть окрестности, посетить экскурсию, принять участие в культурно-массовых мероприятиях. По завершению сплавов группу встречает автотранспорт для возвращения.

Природный парк также организует *велотуры* – увлекательные путешествия на велосипедах. Маршрут велопрогулки проложен через лес на территории Природного парка и проходит через живописные озера и ерики. Прокатиться с ветерком по тропам Волго-Ахтубинской поймы, полюбоваться пейзажами – это здорово!

Кроме того, Природный парк располагает специальной инфраструктурой для работы с различными группами посетителей:

*Ландшафтный парк* был обустроен в 2002 году на территории Бурковской средней школы (п. Бурковка, Среднеахтубинский район Волгоградской области). Проект ландшафтного парка был разработан Архитектурно-проектным центром ООО «Среда-проект» при участии ботаника к.б.н. Клинковой Г.Ю. Общая площадь участка составляет 1,53 га с учетом существующего пришкольного участка (ландшафтный парк – 1,2 га; пришкольный участок 0,33 га). В ландшафтном парке предусмотрено несколько зон, в каждой из которых размещается экспозиция растительности одного из пяти природных парков Волгоградской области: Волго-Ахтубинского, Эльтонского, Донского, Щербаковского и Нижнехоперского. Каждый из парков имеет свои особенности, относящиеся как к растительности, так и к почвам и рельефу, и в целом является ярким образцом того или иного типа ландшафта Волгоградской области: степного, сухостепного, полупустынного, пойменного и долинного. В настоящее время на территории ландшафтного парка высажено около 300 саженцев более чем 20 видов древесно-кустарниковой растительности – таких, как сосна обыкновенная, можжевельник казацкий, дуб черешчатый, береза повислая, тополь дрожащий, тамарикс, клен платановидный, жимолость татарская, калина обыкновенная, лещина обыкновенная, айва японская, боярышник кроваво-красный, магония, шиповник и т.п. Кроме того, на территории ландшафтного парка обустроена площадка с водоемом, предназначенным для экспозиции биоразнообразия водно-болотных угодий поймы, в который высажена естественная растительность, в том числе реинтродуцирован водяной орех (чилиим) – растение, в недалеком прошлом произраставшее на территории Волго-Ахтубинской поймы (занесено в Красную книгу Волгоградской области), а также такие редкие виды, как марсилия четырехлистная, болотноцветник щитолистный, пузырчатка малая, кувшинка чисто-белая. На водоеме установлен деревянный мостик. В ландшафтном парке обустроена входная зона и декоративная зона с «зеленым классом»; центральная дорожка выложена тротуарной плиткой, насыпаны гравийные дорожки. Ландшафтный парк предназначен для обучения основам экологии, ботаники, лесоводства посредством организации учебно-исследовательской и проектной деятельности школьников, а также проведения на его территории экскурсий эколого-просветительской направленности.

*Визит-центр Природного парка в г. Ленинске* был создан в 2005 году в рамках российско-голландского проекта «PIN-MATRA Институциональное обеспечение рационального использования водно-болотных угодий в Волгоградской области». Он расположен в здании одного из самых красивых памятников каменной архитектуры XIX века Волгоградской области. В здании визит-центра организуются постоянные и временные экспозиции, выставки, проводятся занятия с детьми, читаются лекции, проводятся беседы с местным населением и гостями парка. Любой

посетитель здесь может получить квалифицированную консультацию о достопримечательностях Волгоградской области, выбрать маршрут и записаться на экскурсию в Природный парк.

*Экоцентр Лещевский заказник* организован в 2009 году в одноэтажном здании бывшей Лещевской начальной школы, расположенной на окраине поселка Лещев Ленинского района Волгоградской области. Расположение Экоцентра чрезвычайно удобно для организации научно-исследовательской работы школьников, студентов, научных работников в связи с тем, что рядом располагается массив водно-болотных угодий «Замора», являющийся ядром ключевой орнитологической территории международного значения «Ахтубинское Поозерье» с высоким разнообразием водно-болотных птиц. В настоящее время Экоцентр «Лещевский» является базой для организации и проведения сезонных полевых школ с учащимися и педагогами с привлечением ученых и специалистов ВУЗов Волгоградской области.

*Биостанция (фазанарий)* – новый объект инфраструктуры, который будет включать в себя 5 компонентов: фазанарий, центр реабилитации диких животных, центр кольцевания птиц, ботаническую экспериментальную площадку, музей биоразнообразия Волго-Ахтубинской поймы. На базе биостанции планируется осуществлять научно-исследовательскую деятельность по ряду направлений:

- восстановление и поддержание численности популяций фазана обыкновенного (фазанарий);
- реабилитация диких животных, пострадавших от рук человека, и передержка животных, завозимых в уголья природного парка для обогащения местных диких популяций (центр реабилитации диких животных);
- изучение характера весенне-осенних миграций птиц в районе Волго-Ахтубинской поймы (центр кольцевания птиц);
- восстановление популяций редких и уязвимых видов растений с последующим изучением их фенологии (ботанический питомник);
- создание экспозиции биоразнообразия Волго-Ахтубинской поймы с последующим ее использованием в экскурсионной, учебной и научно-исследовательской деятельности (музей биоразнообразия Волго-Ахтубинской поймы).

В настоящее время запущен в действие первый компонент биостанции – фазанарий, деятельность которого направлена на сохранение и поддержание резервного генофонда фазана обыкновенного, разведение декоративных подвидов фазана (золотого, королевского, серебряного фазана) и родственных видов птиц (куропатов, перепелов, рябчиков, тетеревов). Кроме того, он используется в качестве научной базы для организации и проведения полевых практик студентов-зоотехников и ветеринаров и полигона для проведения наблюдений и исследований школьниками и студентами. Посетители фазанария могут увидеть своими глазами процесс воспроизводства и выращивания одного из ценнейших видов промысловых птиц — фазана обыкновенного.

Однако, следует отметить, что природоохранные задачи ограничивают возможности туристского освоения территории Природного парка, эколого-просветительская и научная работа парка формирует его имидж в обществе, а также способствует познавательному характеру туристской деятельности. Поэтому большое внимание Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» уделяет экологическому воспитанию подрастающего поколения. В рамках научно-исследовательской деятельности Парка с 2003 года организуется и проводится областная экологическая экспедиция для юных экологов «Живая планета». Ежегодно курс обучения в научно-полевой школе проходят 60 школьников. Программа экспедиции включает не только исследовательскую работу, для участников проводятся разнообразные мастер-классы, организуется разнообразный досуг и игровая деятельность. За 7 лет обучение в экспедиции прошли более 400 детей. С 2007 года благодаря финансовой поддержке международного проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение

биоразнообразие водно-болотных угодий Нижней Волги» экспедиция приобрела межрегиональный статус и приглашает к участию школьников из Волгоградской и Астраханской областей, Республики Калмыкия.

### **3.5. Современные тенденции в развитии зеленого сельского туризма в России и странах ближнего зарубежья**

*Н. Н. Волкова*

В странах ближнего зарубежья сельский туризм получил активное развитие лишь в последние годы, однако уже сейчас имеются заметные результаты. Большой законодательный опыт в развитии агротуризма накоплен в Латвии, вошедшей, как было сказано выше (раздел 2.7), в проект «Natura 2000». По данным Ассоциации сельского туризма Латвии, за последние десять лет в сельской местности количество мест приема туристов возросло почти в десять раз. Впечатляют успехи Белоруссии, которая за последние годы превратилась в одного из мировых лидеров в области агротуризма. Государственную поддержку это направление получило в Молдавии и Украине, здесь внедряются специальные программы, такие, как «Сельский туризм вместо браконьерства».

В Молдавии в 2007 г. был принят новый закон о туризме, в котором сельскому туризму уделяется большое внимание. В стране в фонд регионального развития на 2009 г. было заложено 10 миллионов евро, часть из которых предназначалась на развитие сельского туризма. Государство помогает сельским жителям с поиском внешних доноров. В стране введены налоговые льготы – освобождение желающих начать такого рода бизнес от налогов на 3–5 лет. Возможна и выдача преференциальных кредитов.

В России сельский туризм – это достаточно новое туристическое направление. Он не имеет такого распространения, как за рубежом, что объясняется недостаточно развитой инфраструктурой и отчасти менталитетом наших соотечественников. Однако, несмотря на скепсис и недоверие определенной части населения, этот вид туризма продолжает развиваться. О разработке стратегии развития сельского туризма в особых экономических зонах объявило Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами (РосОЭЗ) в апреле 2009 г. И разработка стратегии – шаг в правильном направлении.

Потенциал агротуризма очень велик. В России имеются и фермеры, готовые им заниматься, и люди, которые хотят отдохнуть в сельской местности, но не могут найти подходящего места. Пример западных стран (см. раздел 2.7) свидетельствует, что агротуризм — дело перспективное и выгодное всем, кто имеет к нему отношение.

Этому направлению придается большое значение и на уровне органов, принимающих решения. В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года», разработанной Федеральным агентством по туризму в 2008 г., отмечается, что «с учетом характера российских туристских ресурсов, состояния туристской инфраструктуры и готовности туристского продукта, особый интерес для развития въездного туризма в нашу страну могут в основном представлять следующие виды туризма: культурно-познавательный, деловой, а также специализированный туризм (круизный, событийный, **экологический, сельский**, охота и рыбалка, активный, в том числе в перспективе горнолыжный, экстремальный (приключенческий), этнический, учебный, научный и др.)».

Для России с ее недостаточно развитой туристской инфраструктурой и огромным невостребованным туристским потенциалом развитие специализированного туризма как нового альтернативного направления представляет наибольший интерес с точки зрения привлечения

искушенного иностранного потребителя и диверсификации внутреннего туристского предложения.

Анализ сложившейся практики сельского туризма в мире и в России показал, что перечень услуг в этой сфере может быть весьма обширным. Вот лишь некоторые из них:

- проживание в сельском доме; ночевка на сеновале, посещение бани;
- катание на лошадях, оленях, собаках;
- дегустация домашней кухни, напитков;
- обучение и организация рыбалки;
- участие в различных сельхозработах (сенокос, стрижка овец, дойка и т. д.);
- знакомство с культурой, обычаями, традициями, участие в различных традиционных мероприятиях: праздниках, обрядах и т. п.;
- знакомство и обучение народным промыслам.

Потенциал и значение агротуризма для развития сельской местности огромны, его позитивное влияние заключается в следующем:

- обеспечивает дополнительные рабочие места и доходы местного населения, способствует увеличению благосостояния и закреплению сельского населения;
- вносит значительный вклад в местные и региональные бюджеты, в содержание и обновление инфраструктуры;
- способствует развитию производства экологически чистых продуктов питания, сувенирных промыслов, возрождению ремесел;
- способствует повышению инвестиционной привлекательности сельских территорий;
- способствует сохранению культурного наследия, обычаев, традиций;
- способствует сохранению культурного ландшафта, природных экосистем, рациональному использованию природных ресурсов;
- способствует повышению экологической культуры, как местного населения, так и туристов, обеспечивает доступность культурных, исторических ценностей для широких слоев населения;
- способствует расширению профессиональных возможностей сельских жителей, развитию специального образования, направленного на приобретение новых профессий, в частности в сфере обслуживания.

Создание условий для развития сельского туризма в России требует государственной поддержки, без нее это дело поднять невозможно, как бы ни был силен энтузиазм занятых в нем людей. Поддержка сельского туризма может быть достигнута в рамках ФЦП «Социальное развитие села до 2013 г.». Так, этой программой предусматривается создание туристской инфраструктуры и условий для развития сельского туризма. В частности, развитие инфраструктуры села: увеличение сети дорог с твердым покрытием, газификация села, и т. д.

В «Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы» предусматривается оказание государственной поддержки посредством предоставления субсидий за счет средств федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации. Эти субсидии должны пойти на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным крестьянскими (фермерскими) хозяйствами на срок до 5 лет на развитие несельскохозяйственной деятельности в сельской местности (сельский туризм, сельская торговля, народные промыслы и ремесла, бытовое и социально-культурное обслуживание сельского населения, заготовка и переработка дикорастущих плодов и ягод, лекарственных растений и другого недревесного сырья).

По указанным кредитам (займам), оформленным после 1 января 2010 г., возмещение части затрат на уплату процентов предполагается осуществлять в пределах половины ставки рефинансирования (учетной ставки) Центрального банка Российской Федерации, действующей на дату заключения договора кредита (займа), но не более фактических затрат на уплату процентов по кредиту (займу).



Предполагается, что субъекты Российской Федерации будут привлекать кредитные организации в соответствии с законодательством Российской Федерации для оформления крестьянским (фермерским) хозяйствам, личным подсобным хозяйствам и сельскохозяйственным потребительским кооперативам права на получение субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам (займам), а также для формирования пакета документов, необходимых для предоставления указанным заемщикам субсидий.

Сельский туризм обладает мультипликативным эффектом. Развивается не только отдельное хозяйство, но и прилегающая территория: связь, музеи и ООПТ, местная промышленность, сфера услуг, традиционные народные промыслы и т. д. Появление даже одного агротуристического объекта в районе способно оказать благотворное воздействие на его экономику. Очевиден положительный эффект и для экологической обстановки, ведь чем лучше состояние природы вокруг туристского объекта, тем больше желающих на него попасть.

В настоящее время активно развивают этот вид отдыха Алтай, Калининградская, Ленинградская и Псковская области, Краснодарский край. Сейчас на рынке агротуризма первое место занимает Северо-Западный федеральный округ. Прежде всего, речь идет о Ленинградской области и Карелии: сказывается соседство с Польшей и Литвой, где этот вид отдыха развит. По данным «АгроТуризмАссоциации», в Ленинградской области более 50 хозяйств, готовых принимать гостей. В Карелии сельский туризм представляет собой пребывание на местных хуторах. Помимо СЗФО, агротуризм развит в Пензенской области, Марий Эл, Саратовской, Тверской, Ивановской и Московской областях, на Кубани («казачий» туризм), в Бурятии (старообрядческие поселения) и на Алтае. Как правило, в рамках сельского туризма предполагается отдых в сельской местности, ведение местного образа жизни, иногда — совмещение отдыха и работы.

С началом финансового кризиса российские власти стали обращать внимание на сельский туризм, развивавшийся в последние годы, в основном, стихийно. По официальному сообщению Федерального агентства по управлению особыми экономическими зонами (РосОЭЗ)<sup>1</sup>, в рамках концепции развития агротуризма в туристско-рекреационных ОЭЗ были рассмотрены перспективы агротуризма и детально разработан проект создания агротуристского комплекса на территории туристско-рекреационной особой экономической зоны «Байкальская гавань» в республике Бурятия.

С конца 2008 года российские регионы также начали активно включать в программы развития и финансировать сельский туризм. Так, о необходимости такой программы в конце 2008 года заявляло правительство Башкортостана; в целевой программе по развитию туризма в Калмыкии до 2012 года делается ставка на агротуризм, для чего предполагается увеличить поголовье верблюдов и лошадей калмыцкой породы, хотя пока реализация ее идет плохо и программа продлена до 2013 г.

Правительство Калужской области в начале февраля 2009 г. утвердило специальную концепцию развития агротуризма. Алтайский край на целевую программу «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» за 2009–2012 годы потратит более 200 млн рублей. В соответствии с этой программой предусмотрены следующие формы поддержки сельского туризма в Алтайском крае.

---

<sup>1</sup> Сельский туризм поддержали концепцией. Наталья Ищенко, 1 апреля 2009 года, 08:12 // Потребрынок, Россия, туризм [http://www.bfm.ru/news/list/branch/consumer\\_market/](http://www.bfm.ru/news/list/branch/consumer_market/)

### Формы поддержки субъектов агротуристического бизнеса в Алтайском крае<sup>1</sup>

Форма	2009 г., в тыс. руб.	2010 г., в тыс. руб.	2011 г., в тыс. руб.	2012 г., в тыс. руб.	Всего, в тыс. руб.
Субсидирование части затрат на строительство, реконструкцию и ремонт гостевых домиков, включая работы, связанные с подключением газопровода, водопровода, канализации и электросетей	2664	4125,3	4903,1	6204,9	17 897,3
Субсидирование владельцам ЛПХ, КФХ и сельским потребительским кооперативам части затрат на участие в российских и международных выставках и ярмарках с целью продвижения услуг в сфере сельского туризма	75	90	95	100	300
Субсидирование владельцам ЛПХ, КФХ и сельским потребительским кооперативам части затрат на выполнение договоров, заключенных с туристическими фирмами и агентствами	31	44,7	61,9	85,1	222,7
Обучение заинтересованных лиц организации и ведению сельского туризма	430	540	640	660	2270
Финансирование всей программы	4100	5400	6500	7900	23 900

Однако следует учитывать, что схема агротуризма, которая в «чисто европейском» варианте является максимально отработанной, эффективной и дружественной потребителю, в российских реалиях требует корректировки. В российских условиях не слишком понятен статус «сельского» туроператора, юридические основы предоставления туристских услуг тем же фермером. Нужен закон о сельском туризме, где будут даны четкие определения субъектов агротуризма и механизмов его работы; нужны подзаконные акты к нему, определяющие критерии и качество работы «сельских» туроператоров. Тогда можно будет надеяться на привлечение инвестиций в этот вид деятельности.

По данным Портала деловых новостей – BFM.ru, «сельские» туроператоры отмечают рост спроса на свои услуги. Это связывается с развитием кризиса в мире, с переключением спроса на более дешевые туристские услуги и на внутренний туризм. Основные потребители данного сектора услуг – жители крупных городов, желающие уединения и общения с природой, молодые матери с детьми, которые часто снимают домик на пол-лета<sup>2</sup>.

Еще одна проблема агротуризма в российских условиях – информационное обеспечение, о важности которого говорилось в разделе 2.7, когда рассматривалось развитие агротуризма за рубежом. Нужны доступные ресурсы, которые бы содержали методические материалы, системы дистанционного обучения. Это бы давало возможность потенциальным «сельским» туроператорам повышать квалификацию в удобное для них время. В настоящее время такие ресурсы появляются в России и в мире. Есть и международные программы содействия сельскому туризму. Так, в Ярославской области в рамках программы Департамента экономического развития, инвестиций и международных связей Ярославской области «Создание Центров развития муниципальных образований» в ряде муниципальных округов были созданы Центры развития муниципальных образований. В Центре местные жители и предприниматели могут получить информационную и юридическую поддержку по вопросам открытия, работы и развития малого предприятия. В каждом Центре имеется сотрудник, занимающийся вопросами развития туризма,

<sup>1</sup> <http://www.altapress.ru/story/44618/>

<sup>2</sup> Там же.

который проводит индивидуальные консультации, организует курсы повышения квалификации и тематические встречи предпринимателей, разрабатывает маркетинговые материалы и т. д.

Наш опыт продажи туристических продуктов позволяет сделать некоторые выводы:

– Наиболее привлекательным и перспективным регионом для развития этого направления можно считать центр Европейской части России.

– Можно отметить тенденцию к возрастанию спроса на более дешевые средства размещения – дома отдыха и санатории без лечения, туристские базы. Это позволяет предполагать рост спроса на проживание в гостевых домах в сельской местности.

Совместная партнерская работа по развитию сельского туризма на ООПТ может способствовать налаживанию сотрудничества между ООПТ и местным населением, будет формировать благоприятные условия для сохранения особо ценных природных объектов, способствовать привлечению инвестиций на ООПТ.

Стратегически важными направлениями развития сельского туризма на ООПТ являются:

1. *Вовлечение местного населения в сферу предоставления широкого спектра услуг дачникам и туристам.* Именно это направление позволит повысить престиж и имидж национального или природного парка в глазах местных жителей, доверие местного населения к действиям парка и готовность участвовать в его проектах. Это не требует больших финансовых затрат и позволяет реализовывать программу мероприятий, опираясь на существующий потенциал.

2. *Развитие и поддержка мелких фермерских хозяйств, ориентированных на производство разных видов сельхоз продукции на основе старинных и экологически чистых технологий.* При этом производство должно иметь эксклюзивный характер и основываться либо на старинных рецептах и технологиях, либо позиционироваться как производство экологически чистых продуктов. Со временем необходимо будет пройти международную сертификацию и получить европейский сертификат экологически чистой продукции. Это позволит существенно увеличить рынки сбыта.

3. *Разработка и реализация крупных инвестиционных проектов, таких, как создание демонстрационных фермерских хозяйств и гостевых усадеб.* К крупным инвестиционным проектам можно отнести проекты, которые развиваются как новые направления туристской деятельности и требуют серьезных вложений и инвестиций. В основе этих проектов – идея воссоздания традиционной социокультурной среды – «исторической деревни», «национальной деревни», различных исторических объектов (дворянских, купеческих, казачьих усадеб, монастырей и т. д.). В качестве примера можно привести «Агродом» в Новой Зеландии, где на базе семейной фермы было построено современное сельскохозяйственное производство, использующее зеленые технологии по выращиванию сельскохозяйственной продукции, организованы экскурсии по хозяйству, открыто кафе, где туристы могут попробовать блюда, приготовленные из выращенной на ферме продукции. Это место пользуется большой популярностью среди туристов и приносит хороший доход, как своему владельцу, так и государству. Есть такие предприятия и в Белоруссии, и на Украине, и в России. Например, в Карелии на базе форелеводческого хозяйства создан гостевой дом, где туристы могут отдохнуть, порыбачить и ознакомиться с процессом разведения форели.

Проблемы, которые могут препятствовать развитию сельского туризма:

1. Отсутствие продуманной стратегии поддержки частных предпринимателей со стороны администрации района (кредиты, налоговые льготы, обучение, помощь в рекламе и продвижении).

2. Низкое, не соответствующее уровню рынка качество услуг, предоставляемых местным населением. Отсутствие гостевых домов круглогодичного действия с высоким уровнем обслуживания, отсутствие широкого спектра предоставляемых услуг. Низкий уровень профессиональной подготовки местного населения в сфере организации туристского бизнеса, обслуживания и гостеприимства.

3. Отсутствие системы рекламы и продвижения на туристические рынки, отсутствие системы распространения информации, бронирования мест и регулирования туристического потока.

4. Для развития сельского туризма на территории ООПТ может препятствовать отсутствие координации и взаимодействия между администрациями ООПТ и района в этом вопросе, что порождает серьезные проблемы во взаимоотношениях парка и местного населения, не позволяет объединить усилия и использовать потенциал парка для развития сельского туризма.

Наиболее успешный и тиражируемый опыт организации сельского туризма и создания гостевых домов в настоящий момент имеется в Белоруссии.

В качестве примера обычного гостевого дома среднего уровня приведем усадьбу «Жемчужина Полесья». Это современный белорусский дом со всеми удобствами, в котором гостям предоставят одну или две меблированные комфортные двухместные комнаты. В доме также есть большая гостиная, столовая, открытая благоустроенная веранда и теплый гараж, центральный водопровод, автономное водяное отопление, горячая вода. Отделка помещений дома выполнена из натурального дерева (сосна, дуб).

На усадьбе имеются:

- Летний домик с русской печью, в которой хозяйка приготовит вкусные блюда национальной кухни;
- Фруктовый сад с лужайками и цветниками, огород. Овощи и фрукты выращиваются без применения минеральных удобрений и пестицидов;
- Зарыбленный пруд (карась, карп, линь, щука, окунь);
- Выделенная зона отдыха с уютной беседкой, садовой мебелью;
- Дорожки на территории усадьбы, выложенные тротуарной плиткой;
- Оборудовано место для приготовления ухи, шашлыков и барбекю.

Рядом с усадьбой лес, богатый грибами и ягодами. На расстоянии 4 км от усадьбы протекает река Случь, 12 км – река Припять, 18 км – лесное озеро Белое, где можно купаться и ловить рыбу.

Отдыхающим будут предложены экскурсии с посещением церкви Рождества и Крестителя Господня, Иоанна, заказника «Средняя Припять» с нетронутыми пойменными ландшафтами, душистым луговым разнотравьем, заливными дубравами.

Радужные хозяева создадут все условия для комфортного и приятного отдыха, который вернет Вам силы и даст новый импульс жизненной энергии.

На Украине так же успешно идет развитие зеленого сельского туризма, который получил наибольшее развитие в Карпатах. Это в значительной мере обусловлено природными условиями, развитой санаторно-курортной инфраструктурой с источниками лечебных минеральных вод, наличием известных горнолыжных курортов, привлекающих любителей зимнего отдыха. Сельский туризм в Крыму получил значительно меньшее развитие, чем в Карпатах. Однако для Крыма как ведущего туристского региона Украины развитие нетрадиционных видов отдыха очень перспективно. В автономии реализована республиканская программа развития зеленого сельского туризма на 2007–2010 годы. Создан портал RURALTOURISM.COM.UA, содержащий банк данных ночлегов зеленого туризма в Украине со свободным доступом к полной и исчерпывающей информации об условиях размещения, услугах и ценах.

Свои местные программы по развитию сельского зеленого туризма реализуют сельские общины в разных районах Крыма. В сфере сельского туризма в Крыму работают 8 этнографических центров, несколько частных музеев, конноспортивные клубы, страусиные фермы, единственная в Украине ослиная ферма, объекты рыбалки, региональные центры народных промыслов

и сувенирной продукции, сеть кафе и ресторанов национальной кухни. По данным общественных организаций, проводивших соцопросы в сельских регионах Крыма, более 10 процентов хозяев сельских усадеб, индивидуальных крестьянских и фермерских хозяйств выражают желание заниматься агротуристическим бизнесом<sup>1</sup>.

В заключение необходимо сказать, что зеленый сельский туризм, основанный на принципах устойчивого туризма, может способствовать решению множества проблем, связанных с деградацией окружающей среды. Его развитие позволит увеличить занятость населения в депрессивных сельскохозяйственных районах, что будет способствовать возрождению русского села.

---

<sup>1</sup> <http://www.ukrinform.ua/rus/order/?id=798399>

**Раздел 4.**  
**Практические рекомендации по развитию**  
**экологического туризма**





#### **4.1. Основные этапы планирования развития экотуризма. Оценка экотуристического потенциала территории**

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

В последнее время многие природные территории сталкиваются с возрастанием потока посетителей, и особенно «диких» туристов. Так, например, в ряде национальных парков поток посетителей за отдельные годы увеличивался вдвое и более (глава 3.1). Многие из охраняемых природных территорий оказались не готовыми к этому, так как изначально не предполагалось и не планировалось, что они могут стать объектом туристической деятельности. Во многих случаях они не имеют ни соответствующих средств, ни персонала, обладающего подготовкой, необходимой для управления туризмом, способного, с одной стороны, обеспечить удовлетворение потребностей все растущего числа природных туристов, а с другой гарантировать охрану используемых в туристической деятельности природных ресурсов. Все эти факторы, вместе взятые, создают угрозу охраняемым природным комплексам.

В то же время многие туристы хотели бы внести какой-либо вклад в охрану посещаемых ими природных территорий, но не знают, как это сделать. Таковую возможность им необходимо предоставить. Во многих случаях можно свести к минимуму негативное воздействие туризма; более того, существует возможность максимально увеличить его положительный эффект, сделав так, чтобы туризм приносил пользу и природе, и окружающим поселениям.

Для некоторых российских охраняемых территорий типична иная картина: казалось бы, у них имеются хорошие природные условия для развития эколого-познавательного туризма, однако организованных туристических групп приезжает крайне мало, оттого и положительный эффект незначителен. Потенциальные туристы не имеют достаточной информации о возможности посещения этих ООПТ.

Ключ к решению упомянутых выше проблем – тщательное и продуманное планирование, управление и мониторинг экотуристической деятельности.

Вне зависимости от того, какие методы используются для управления туризмом на охраняемых территориях, его приоритетными задачами всегда должны быть: охрана природы, улучшение качества жизни местных сообществ, усовершенствование туристического продукта и услуг. Кроме того, наряду с экологическими и чисто научными ценностями, здесь необходимо принимать во внимание экономические, политические и социальные вопросы. Как отмечает Seballos-Lascrain (1993), чем дальше, тем более становится очевидным, что успешный туристический менеджмент на охраняемой территории невозможен, если в нем полностью отсутствует аспект социальной ориентации. Необходимо также принимать во внимание общий региональный контекст и пытаться координировать цели собственно охраняемой территории и того региона, в котором она находится. Если все эти моменты учитывать, тогда более вероятным будет положительное воздействие и на местные экологические, и на социально-экономические условия.

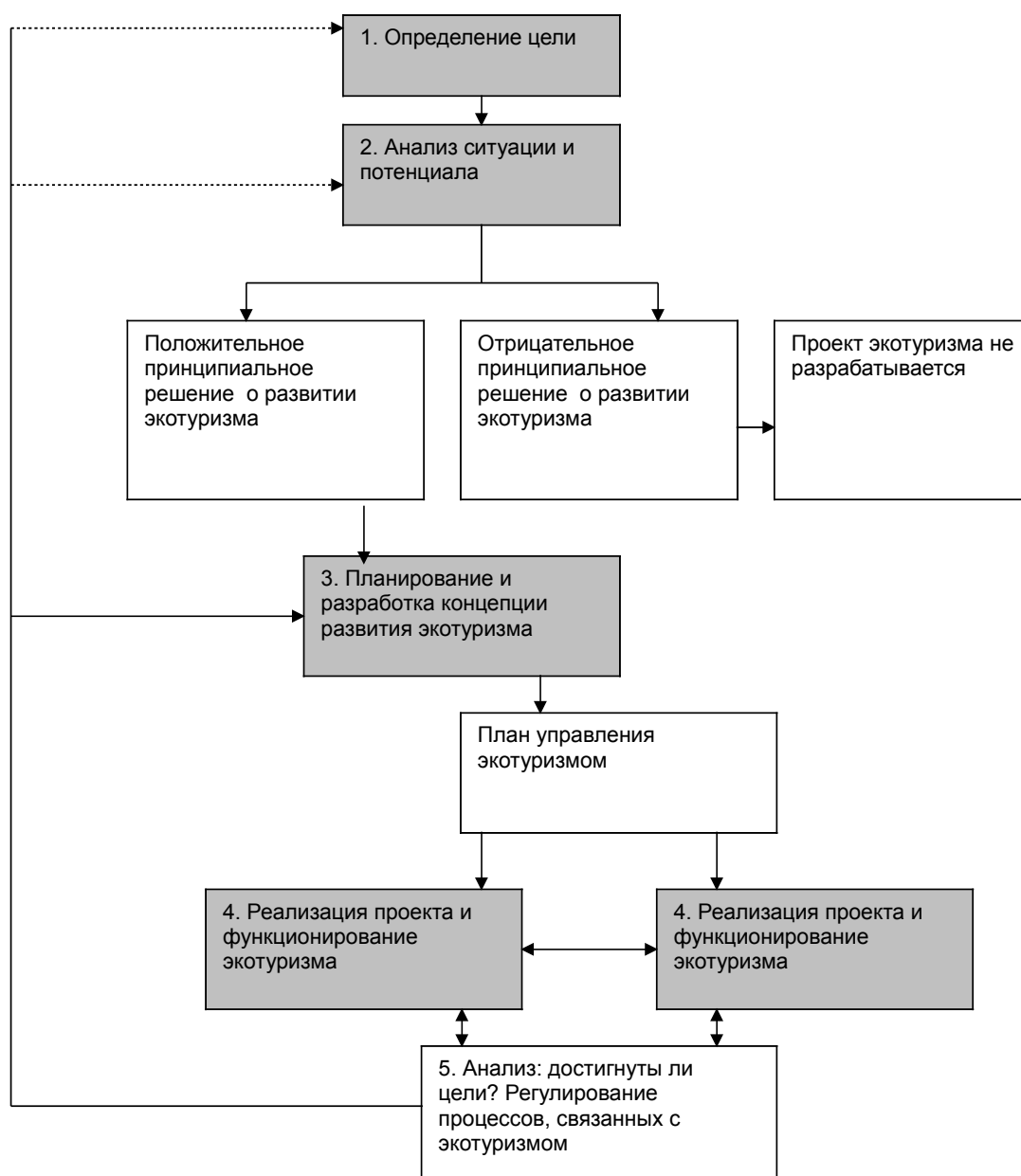
Одновременно не следует забывать, что экотуризм – это бизнес. Если он не будет рентабельным, то не сможет стать экономическим благом для охраняемой территории и местных поселений и только усложнит имеющиеся проблемы. В каждом конкретном регионе при развитии экотуризма необходим реалистичный взгляд на возможности его осуществления, на его доходность и конкурентоспособность. Удивительно, но этот, казалось бы, очевидный факт не учитывается во многих проектах и практических мероприятиях.

Для руководителей ООПТ особенно важно сознавать значение управления туризмом на своих территориях. Необходимо научно оценить, какой уровень туризма оптимален для данной территории, и затем разработать стратегию, ведущую к достижению этого уровня. Данная стратегия должна направлять развитие туризма таким образом, чтобы: а) природные комплексы не пострадали, б) создались механизмы увеличения занятости местных жителей, в) возникла возможность роста доходов как природоохранных структур, так и местных поселений, г) развивалось экологи-

ческое образование. Имея стратегию, ООПТ способны минимизировать «издержки» экотуризма и максимально увеличить его преимущества.

### Основные этапы развития туризма

(Штрасдас, 2001, с изменениями)



- Отдельные аспекты планирования с участием заинтересованных сторон
- **Интересы** (краткосрочные, долгосрочные; экономические, социальные, культурные)
  - **Влияние** (политическое, экономическое)
  - **Возможности** (умения, опыт, образование, знания, интеллект)
  - **Средства** (финансовые, иное имущество)
  - **Социо-культурные аспекты** (религия, традиции, “модернизация”)
  - **Юридические права** (землевладение, права пользования)
  - **Представительство** (руководители, организации)
  - **Роли/функции** (принятие решений, планирование/управление, внедрение/оперативная деятельность)
  - **Плотность населения**



### **С чего начать?**

Прежде чем предпринять первые шаги по развитию экотуризма, необходимо решить, является ли развитие туризма оправданным и перспективным для вашей территории.

Ниже приводится методика доступной для непрофессионалов начальной экспресс-оценки, разработанная Birgit Steck (1999, перевод Е. Ледовских). Она основывается на получении ответов на ряд ключевых вопросов. Необходимая информация может быть получена из многих источников, включая предыдущие исследования, отчеты научных сотрудников и работников природоохранных служб, обследование местных сообществ, опросы туристов и др.

Механизм быстрой оценки базируется на приблизительных количественных показателях, а также отчасти на разумных допущениях. В случае серьезных сомнений можно рекомендовать «проигрывание» нескольких сценариев на базе различных допущений.

– Суждения о перспективности и оправданности развития туризма, сделанные путем экспресс-оценки, могут быть достаточно условны. На следующем этапе (разработка концепции) необходимо провести более серьезный анализ.

– Тем не менее, результаты экспресс-оценки позволяют сориентироваться, какой туризм и каким образом следует развивать на данной территории. Они также позволяют осознать потенциал и риски, связанные с развитием туризма.

– Желательно для оценки туристического потенциала и планирования пригласить эксперта в области туризма. Это особенно важно на стадии разработки концепции развития туристической деятельности.

– Не все вопросы одинаково важны для конкретных проектов. При необходимости к каталогу рекомендуемых вопросов могут быть добавлены другие вопросы, связанные с конкретной специфической ситуацией.

### **Основные этапы планирования развития экотуризма**

<b>Этап 1: Определение цели</b>
1.1. <b>Перспектива (-ы)</b> , идеи, творческие предложения: какие цели предполагается достичь с помощью экотуризма? (Осмысления этого можно добиться, например, методом «мозгового штурма»)
1.2. <b>Определение цели</b> экотуризма в контексте общих задач управления территорией: какую конкретно цель предстоит достичь? Каковы приоритеты?
1.3. Цели/интересы <b>других действующих лиц</b> в сфере ООПТ: вероятные конфликты, возможные союзники?

#### *Вопросы в рамках 1 Этапа*

### **1.2: Определение цели экотуризма в контексте общих целей управления ООПТ**

**Взаимосвязь между туризмом и целями развития:** Чего мы предполагаем достичь, или что улучшить с помощью туризма?

\* Важно определиться, на чем необходимо сосредоточить основные усилия – на развитии туризма на данной территории или на совершенствовании управления уже имеющимися туристическими потоками.

<b>Варианты ответов</b>	<b>Выводы</b>
Увеличение доходов местных сообществ, создание новых рабочих мест	Аспект <u>развития</u> приоритетен. Мероприятия должны включать участие местных общин в планировании, содействие развитию местных компаний, прямые и косвенные влияния на занятость и доход
Вклад в финансирование охраняемых территорий	Аспект <u>развития</u> приоритетен.

Варианты ответов		Выводы
Компенсации за неустойчивое природопользование	☝	Аспект <u>развития</u> приоритетен
Улучшение позиций охраняемых территорий на региональном уровне	☝	Аспект <u>развития</u> приоритетен; преимущества необязательно должны генерироваться на местном уровне; необходимо усиление природоохранной роли туризма
Снижение противоречий между существующим уровнем развития туризма и природной (или культурной) средой	☝	Приоритет <u>управленческого</u> компонента. Необходимо стремиться свести к минимуму экологические и социокультурные препятствия, содействовать тому, чтобы большая часть доходов от туризма направлялась на нужды местного <u>развития</u>
Экологическое образование посетителей		

Какие конкретные цели особенно важны?

### 1.3. Цели/интересы других действующих лиц

Интересы, цели и возможности участников: по чьей инициативе должно происходить развитие туризма

Возможные ответы		Выводы
Местные сообщества	☝	Выявите относительные возможности и ожидания местных общин (п.2.5), поскольку их понимание вопросов, связанных с экотуризмом, иногда не очень реалистично, особенно в экономическом аспекте
НГО		В основном, подходят как источник планирования, менеджмента и (частично) предпринимательского выполнения; однако необходимо выявить их опыт в туризме и в целом в сфере бизнеса
Администрация природных территорий, в том числе особо охраняемых (ООПТ)		Планирование и управление. Следует обратить внимание на опыт в сфере туризма и способность к автономному администрированию доходов от туризма (глава 4.16)
Управленцы в сфере туризма		Важные партнеры для сотрудничества в сфере влияния на туризм. Необходимо оценить их авторитет, чувствительность к нуждам охраны природы и местного населения, а также желание сотрудничать, т.к. они нередко мыслят «чисто» экономическими (макроэкономическими) категориями
Туристические компании		Наилучшие гаранты профессионального выполнения, имеют соответствующий опыт, но необходимо оценить их чувствительность к природоохранным проблемам и готовность к сотрудничеству
Менеджеры проектов (в случае реализации проектов в рамках грантов)		Наиболее соответствует целям развития. Однако необходимо сравнить их концепции с пониманием других действующих лиц, оценить их подготовку в туристической сфере и реальные возможности проекта
???		!!!

## Этап 2: Анализ текущей ситуации и потенциала развития экотуризма

2.1. Стадия развития туризма. На чем необходимо сделать акцент – на регламентации (уже существующего) или на развитии туризма?

2.2. Оценка туристического потенциала ООПТ и ее окрестностей: первичное и производное туристическое предложение (природные и культурные достопримечательности), доступность, существующий турпродукт; основные рамочные условия развития туризма на национальном уровне

2.3. <b>Анализ рынка:</b> имеющиеся группы потребителей, потенциальные целевые группы потребителей, анализ конкуренции (туристические регионы с аналогичными достопримечательностями). Заинтересован ли регион в предполагаемых целевых группах? Является ли объем маркетинга на сегодняшний день достаточным?
2.4. Анализ вероятных или уже возникших <b>экологических последствий:</b> анализ уязвимости экосистем; экологическое сознание туристического сектора, влияние органов охраны природы
2.5. <b>Анализ социальных, культурных, экономических и политических факторов: ресурсы и возможности участия</b> местного населения? Вероятные или уже возникшие отрицательные последствия? Предпосылки для широкого распределения в сообществе доходов от туризма?
2.6. Анализ экономических и политических <b>общих рамочных условий</b> , в частности, национальной природоохранной политики, а также условий автономного получения доходов охраняемыми территориями
2.7. Оценка необходимых <b>затрат</b> (инвестиции, затраты на управление, маркетинг, необходимость обучения и консалтинга). Есть ли необходимость в поддержке со стороны организаций, отвечающих за развитие и сотрудничество? В каких сферах, с применением какого инструментария?
2.8. <b>SWOT-анализ:</b> Плюсы? Минусы? Шансы? Риски? Оценка отдельных сфер деятельности
2.9. <b>Анализ эффективности методом «затраты-результат»:</b> каков уровень вероятных затрат в сравнении с вероятными выгодами? Можно ли ожидать долгосрочной рентабельности туристического бизнеса?
2.10. <b>Принципиальное решение:</b> является ли экотуризм реальным/рентабельным/целесообразным/совместимым с целями ООПТ/возможным с точки зрения затрат?

### Вопросы в рамках 2 Этапа

#### 2.1. Стадия развития туризма

Существует ли в настоящее время туризм на охраняемой территории или в регионе в целом?

Возможные ответы		Выводы
Туризм не развит ни на охраняемой территории, ни в регионе	🔔	Следует особенно тщательно проанализировать, перспективна ли данная территория для развития туризма, четко сконцентрироваться на аспекте развития, «взвесить» возможности партнеров и ресурсы проекта, т.к. потребуется много усилий на продвижение экотуризма
Туризм не развит на ОПТ, но развит на сопредельных территориях	😊	Благоприятная стартовая позиция, т.к. в регионе существуют благоприятные условия для развития туризма, а на развитие туризма на данной охраняемой территории еще возможно влиять; приоритет аспекта развития
Туризм уже достаточно развит на охраняемой территории		Приоритетен аспект контроля: минимизация негативных эффектов. Используйте существующий туристический поток для усиления преимуществ для местных сообществ и финансирования охраняемых территорий

#### 2.2. Оценка туристского потенциала территории

Насколько высока туристическая привлекательность данной территории? (см. табл. 4.1.)




Высокая привлекательность (имеют место большинство позитивных и все минимальные критерии из Табл.4.1.)		Развитие туризма имеет смысл, если нет никаких осложняющих факторов; возможны большое количество посетителей и высокие доходы; однако необходимо уделить внимание управлению воздействием туризма.
Умеренная привлекательность (только некоторые позитивные критерии и все минимальные критерии из Табл.4.1.)		Развитие туризма имеет смысл, если качество производного туристического предложения высокое, существует спрос и благоприятные общие условия, обратите внимание на возможные конкурирующие предложения.
Низкая привлекательность (отсутствие одного или нескольких минимальных критериев, или наличие очень немногих позитивных критериев из Табл. 4.1.)		Развитие туризма не имеет смысла

Таблица 4.1

### Критерии оценки туристической привлекательности и туристского потенциала природных территорий

Источник: AGOT 1995, с незначительными изменениями

Первичное предложение (природные ресурсы)	Дополнительные критерии
<b>Природные достопримечательности</b>	<b>Доступность</b>
Красота/многообразии ландшафта (горы, водоемы и др.)	Близость к международному аэропорту или туристическому центру
Высокое биоразнообразие	Длительность и комфортность путешествия в пункт назначения (наличие аэродрома, состояние дорог) должны быть соотносимы с уровнем привлекательности объекта, наличие сезонных сложностей с проездом по дорогам
Наличие крупных видов животных	<b>Достопримечательности окрестностей</b>
Наличие других интересных видов животных (прежде всего птиц)	Наличие других природных достопримечательностей в стране временного пребывания (возможность обзорного тура)
Возможность реально наблюдать за дикими животными	Наличие дополнительных достопримечательностей на пути к месту назначения или в окрестностях
Интересные формы растительности (например, тропический лес)	<b>Культурные достопримечательности</b>
Наличие редких видов (особенно тех, которые можно наблюдать только здесь)	Места археологических раскопок
Неповторимость видов (эндемизм) или элементов ландшафта	
«Девственность» (ненарушенность) природных комплексов	Местные обычаи, этнография, сохранение традиционного уклада жизни
Возможности для купания (пляж, море, водопад)	<b>Размещение и питание</b>
Наличие и разнообразие возможностей для активного отдыха (рафтинг, подводное плавание, скалолазание, конный, треккинг)	Наличие или реальность создания комфортабельных, приемлемых с точки зрения гигиены средств размещения и транспорта
Места палеонтологических раскопок	Наличие вкусной, безукоризненной с точки зрения гигиены еды
Наличие знающего и квалифицированного персонала (гиды-экологи и др.)	
<b>Климат</b>	<b>Общие рамочные условия</b>
Комфортная температура, влажность воздуха, продолжительность благоприятного сезона)	Личная безопасность туристов (защита от посягательств криминальных элементов)
Наличие малождливый периода	Наличие системы оказания базовых медицинских услуг

Относительная значимость этих критериев может быть различной для различных целевых групп экотуристов (см. гл. 4.3.)

**Насколько велико качество производного предложения?**

Возможные ответы		
Высокое качество	😊	Развитие туризма имеет смысл; относительно низкие затраты с акцентом на финансировании охраняемых территорий и развития местных сообществ
В настоящее время производное предложение количественно и качественно недостаточно		Развитие туризма имеет смысл, но затраты выше, поскольку потребуются инвестиции в инфраструктуру и, возможно, также финансовое содействие
Практически отсутствует	👉	Развитие туризма имеет смысл только в том случае, если высокая привлекательность первичного предложения обеспечит возврат вложенных средств

**Имеются ли рамочные условия, благоприятна ли экономическая политика?**

Возможные ответы		Выводы
Имеются рамочные условия, экономическая политика благоприятна	😊	Развитие туризма очень перспективно; проектные усилия по развитию туризма могут быть ограничены только местным уровнем
Рамочные условия имеются, но с экономической политикой некоторые трудности	👉	Развитие туризма не очень перспективно; кроме работы на местном уровне, необходимо иметь ресурсы для благоприятного влияния на экономическую политику
Нет рамочных условий, экономическая политика не благоприятствует развитию туризма	🙅	Развитие туризма не имеет смысла

**2.3. Анализ рынка**

**Существует ли спрос (реальный или потенциальный) на местные предложения по природному, культурному или научному туризму?**

Возможные ответы		Выводы
Представители целевых групп уже путешествуют в данный регион (или в сопредельные регионы), при этом имеется немного конкурирующих предложений	😊	Развитие туризма имеет смысл; для «вхождения» в существующий рынок потребуются относительно небольшие маркетинговые усилия
Потенциал спроса еще требуется оценить	👉	Развитие туризма, возможно, имеет смысл, однако: затраты будут достаточно высоки вследствие необходимости проведения исследований рынка и более комплексных маркетинговых мероприятий (требуется высокий профессионализм и изначальное финансирование).
Существует несколько конкурирующих туристических предложений по данному региону	👉	Развитие туризма может иметь смысл; однако, возможно, решение окажется иным после анализа конкуренции. Чтобы «выстоять» в конкуренции, потребуются высокий профессионализм.

## 2.4. Анализ вероятных или уже возникших экологических последствий. Условия совместимости развития туризма и природоохранных задач

**Насколько экосистемы данной территории чувствительны к воздействиям туризма?**

Возможные ответы		Выводы
Прогнозируется высокая чувствительность экосистем к туристическому прессу	🔔	Развитие туризма не оправдано, или оправдано только в ограниченном масштабе. Условие: природоохранные организации должны обладать необходимым авторитетом, а туристическая индустрия быть открытой для сотрудничества с ними. Несовместимость с интенсивным туристическим использованием
Экосистемы или определенные территории могут оказаться «под напряжением»		Развитие туризма оправдано, если могут быть достигнуты природоохранные цели. Однако, если нет определенности по поводу степени уязвимости экосистем или ожидается интенсивное туристическое использование, вопрос требует дополнительной проработки.



**Насколько природоохранные учреждения и НГО имеют власть, с одной стороны, и, с другой стороны, насколько велика готовность к сотрудничеству со стороны турбизнеса?**

Возможные ответы		Выводы
Учреждения имеют в своем распоряжении достаточно законодательных инструментов, персонал, опыт, финансовые возможности, политическую поддержку	😊	Развитие туризма имеет смысл и оправдано, даже если готовность туристической индустрии к сотрудничеству невысока
Учреждения имеют слабые законодательные и политические позиции, недостаточно средств или возможностей	🔔	Развитие туризма неоправдано, или только в ограниченном масштабе; предпосылка: турбизнес добровольно готов принять на себя ответственность
Туристическая индустрия демонстрирует высокое желание к сотрудничеству и добровольно готова принять на себя ответственность	😊	Развитие туризма очень перспективно; стремитесь к тесному сотрудничеству с туристическим сектором; создавайте совместные предприятия с местными группами или администрациями охраняемых территорий (финансирование инфраструктуры)
Готовность туристической индустрии к сотрудничеству невысока, нет заинтересованности в экологически устойчивом ведении бизнеса	🔔	Развитие туризма оправдано лишь в том случае, если возможно преодоление негативных эффектов; необходима сложная работа по убеждению и правительственное регулирование; поиск альтернатив (компании, созданные НГО, прямое сотрудничество с иностранными операторами) требует усилий

## 2.5. Анализ социальных, культурных, экономических и политических факторов





**Ресурсы и возможности участия местного населения: обладают ли местные сообщества достаточным опытом и возможностями, чтобы сыграть активную роль в развитии туризма?**

Возможные ответы		Выводы
Местные сообщества обладают опытом в развитии туризма, базовыми знаниями, знанием иностранных языков.	😊	Развитие туризма очень перспективно: возможны существенные доходы, хорошие шансы для прямого вовлечения населения в туризм


Возможные ответы		Выводы
Целевые группы местных жителей не обладают опытом в туризме, экономика бедная и малоприбыльная, низкий уровень обучения		Развитие туризма может иметь смысл; однако налицо большая потребность в обучении персонала и консалтинге. Независимая деловая активность возможна в лучшем случае в низшем рыночном сегменте или в совместных предприятиях. Поступления возможны только через фонды, которые финансируются за счет взносов туристов
Имеют место оба типа		Развитие туризма имеет ограниченный смысл; однако остерегайтесь возможного социального неравенства и конфликтов, происходящих в результате туризма; предпринимайте усилия для более широкого распространения финансовых преимуществ




Более подробно эти вопросы рассматриваются в главе 4.12.

**Насколько чувствительны местные сообщества к возможным (негативным) социокультурным/экономическим эффектам туризма?**


Возможные ответы		Выводы
Очень высокая чувствительность (коренные/традиционные сообщества с малым внешним влиянием)		Развитие туризма неоправдано, или должно осуществляться в очень ограниченном масштабе в том случае, если: 1) поток туристов реально поддерживать на низком уровне, 2) представители турбизнеса демонстрируют ответственное поведение по отношению к местным сообществам. Не рекомендуется прямое вовлечение местных жителей в туристическую деятельность; для поддержки местных общин следует создавать специальные фонды, которые «наполняются» за счет части доходов от туристической деятельности.
Высокая чувствительность (коренные/традиционные сообщества в стадии культурного перехода)		Туристический компонент может быть оправдан; однако необходимы интенсивная поддержка и посредничество со стороны тех, кто развивает туризм, а также желание к сотрудничеству со стороны туристической индустрии
Чувствительность к «перекосам» доходов (местное сообщество гетерогенно и слабо организовано)		Развитие туризма может иметь смысл; однако обращайтесь особое внимание на возможные социальные дисбалансы и конфликты, вызванные туризмом. Стремитесь к возрастанию широкого распространения преимуществ
Скорее, низкая чувствительность (местное сообщество уже имеет опыт в области туризма или рыночных отношений, относительно гомогенно и хорошо организовано)		Развитие туризма перспективно и оправдано

**Существуют ли предпосылки для широкого распространения доходов от туризма среди ключевых групп?**

Возможные ответы		Выводы
Местное сообщество относительно гомогенно, хорошо организовано и имеет достаточные права		Развитие туризма перспективно; сотрудничающие структуры должны прилагать усилия к этому; необходимо связывать развитие туризма и природоохранные задачи.



Возможные ответы		Выводы
Местное сообщество гетерогенно и слабо организовано, законодательные позиции (землевладение, политическая автономия) неблагоприятны или неопределенны		Развитие туризма не имеет смысла или только с ограничениями - возможностью воздействовать на законодательные/политические условия. Существует опасность возникновения неравенства в распределении дохода и расхождения развития туризма и природоохранных задач. Высока потребность в посредничестве со стороны тех партнеров, что развивают туризм
Охраняемая территория или территория, на которой планируется развитие туризма, слабо населена		Развитие туризма очень перспективно, поскольку даже при относительно низкой финансовой отдаче от него возможен реальный вклад в охрану природы. Однако избегайте такого развития туризма, которое может привести к миграции населения на данную территорию
Территория, на которой планируется развитие туризма, плотно населена		Развитие туризма не очень оправдано, т. к. будет сложно достичь широкого распространения доходов от туризма среди различных социальных слоев и групп. Комбинируйте развитие туризма с другими стратегиями местного развития

**Имеет ли местная туристская индустрия существенные знания и доступ к капиталу?**


Возможные ответы		Выводы
Туристическая индустрия имеет опыт экотуристической деятельности и достаточные источники финансирования		Развитие туризма очень перспективно; стремитесь к тесному сотрудничеству с туристическим сектором (особенно в части консалтинга и обучения); возможны совместные предприятия между местными группами и администрациями охраняемых территорий (финансирование инфраструктуры)
Туристическая индустрия имеет недостаточный опыт в области экотуризма		Развитие экотуризма имеет смысл; однако необходимо организовать консалтинг и обучение представителей туристической индустрии в сфере разработки турпродукта, маркетинга и устойчивого корпоративного менеджмента. Нужен доступ к займам в случае недостатка капитала

## 2.6. Анализ экономических и политических рамочных условий

**Имеют ли охраняемые территории предпосылки для получения независимого дохода, который покрывает затраты?**

Возможные ответы		Выводы
Администрация охраняемых территорий имеет право взимать взносы за посещение или лицензирование, использовать их (хотя бы частично) и управлять ими самостоятельно		Развитие туризма весьма перспективно, если доходы от взносов превышают затраты, связанные с ведением туристической деятельности
Администрация не вправе взимать взносы, или они полностью изымаются из распоряжения ООПТ		Развитие туризма не имеет смысла, если эту ситуацию нельзя изменить



Возможные ответы		Выводы
Доходы от туристической деятельности могут превышать вложенные инвестиции и затраты на туристическую деятельность (инфраструктура, дополнительный персонал)		Развитие туризма имеет смысл, если возможны механизмы независимого управления взносами или другие механизмы распространения доходов, содействующие охране природы. Предпосылки: эффективное управление вложенными средствами, достаточный спрос, возможность установления цен, которые покрывают затраты и, в то же время, соответствуют среднерыночным
Затраты на развитие туризма, возможно, превысят доходы от туризма (включая доходы в региональную экономику)		Развитие туризма не имеет смысла, если спрос недостаточен, эффективный менеджмент не представляется возможным или не может проводиться (полностью или частично) частным сектором (через соответствующие концессионные соглашения)

## 2.7. SWOT-анализ: Плюсы? Минусы? Шансы? Риски? Оценка отдельных сфер деятельности

Вопросы в рамках анализа сильных и слабых сторон развития туризма (Штрасдас, 2001)

Предложение	Спрос
Какие качества и особенности характерны для нашего ландшафта, характера нашей местности? Каковы наши социально-культурные особенности и привлекательные стороны (менталитет, культура, народные обычаи)? Каковы профессиональные возможности и степень готовности для того, чтобы взять на себя предоставление услуг в сфере туризма? Как обстоят дела с нашей инфраструктурой (развитие транспортного сообщения, сфера снабжения, утилизация отходов и т.д.)? Каковы количественные и качественные показатели развития нашей туристической инфраструктуры? Каковы возможности и качество предоставления услуг в сфере организации питания и размещения?	Какой спрос имеется сейчас на наше предложение (количественная структура спроса)? Какова структура спроса? Как выглядит структура конкуренции (прямая и косвенная конкуренция)? Какое у нас соотношение «цена-услуга»? Какой туристический продукт мы предлагаем? - Спектр предложений - Целевые группы Как мы продвигаем продукт на рынке? - Реклама - Сбыт туристического продукта - Работа с общественностью

## 2.8. Принципиальное решение: является ли экотуризм реальным/рентабельным/целесообразным/совместимым с природоохранными целями/возможным с точки зрения затрат? Имеет ли смысл развитие туризма на данной территории?

На основании проведения предварительной оценки возможны следующие результаты:

Результат 1: Развитие туризма очень перспективно

- Ожидаемые затраты времени и денег на координацию/продвижение: низкие
- Ожидаемые преимущества: высоки
- Критерии оценки: очень часто 😊, нет 🙅 или 🚫.

Результат 2: Развитие туризма имеет смысл

- Ожидаемые затраты времени и средств на координацию/продвижение: относительно высокие
- Ожидаемые преимущества: относительно высокие
- Критерии оценки: очень часто 😊, несколько 🙅, нет 🚫.

Результат 3: Развитие туризма имеет смысл лишь в ограниченных масштабах

- Ожидаемые затраты времени и средств на координацию/продвижение: высокие
- Ожидаемые преимущества для развития: ограниченные или неопределенные
- Критерии оценки: нет/мало 😊, очень часто 👉, несколько 📞.

Результат 4: Развитие туризма не имеет смысла

- Ожидаемые затраты времени и средств на развитие/продвижение: очень высокие
- Ожидаемые преимущества для развития: низкие
- Критерии оценки: достаточно много 👉 или 📞, появляются критерии исключения (📞📞).

**Примеры оценки эколого-туристского потенциала проектных территорий региона Нижней Волги** (исследование выполнено в рамках проекта «Инвентаризационный анализ эколого-туристского потенциала и разработка плана действий по развитию экотуризма на проектных территориях», руководитель проекта к.б.н. Макарова Т.А.)

**Пример 1. Оценка эколого-туристского потенциала Камызякского района Астраханской области**

Показатель	Оценка
Природные достопримечательности: 1. Красота и многообразие ландшафта	Дельта реки Волги, крупные и мелкие водотоки, острова, авандельта.
2. Высокое биоразнообразие	Во флоре района насчитывается приблизительно 278 видов растений, в фауне млекопитающих около 30 видов, 230 видов птиц, в водоемах обитает 61 вид рыб
3. Наличие крупных видов животных	Кабан
4. Наличие других интересных видов животных	Обитает 27 видов птиц, занесенных в Красную книгу России: кудрявый пеликан, колпица, каравайка, египетская цапля, скопа, орлан-белохвост, балобан, стрепет, ходулочник.
5. Возможность реально наблюдать за дикими животными	Такая возможность существует на взморье при передвижении на лодках.
6. Интересные формы растительности	Широко представлена надводная и подводная растительность
7. Наличие редких видов, неповторимость видов или элементов ландшафта	Из редких видов растений наиболее примечателен лотос орехоносный и чилим; элемент ландшафта - дельта
8. Ненарушенность природных комплексов	Природные комплексы малонарушены за пределами населенных пунктов. На территориях Астраханского заповедника и памятника природы «Гандуринский» сохранена первозданность природы
9. Возможности для купания (пляжи, море, водопады)	Возможностей для купания много (реки, озера, ерики). Организованных пляжей в районе не существует. Туристские базы предлагают собственные небольшие зоны для купания.
10. Наличие и разнообразие возможностей для активного отдыха	Возможна организация подводного плавания, водных походов на гребных и парусных судах, конных туров
11. Места палеонтологических раскопок	Имеются
12. Наличие квалифицированного персонала	Имеется. Недостаток ощущается только в квалифицированных гидах и экскурсоводах эколого-биологической направленности.

Показатель	Оценка
Климат 13. Комфортная температура, влажность воздуха, продолжительность сезона	Климат Камызякского района в целом характеризуется как умеренный, континентальный. Годовая сумма осадков колеблется от 180 до 200 мм. Лето – самый продолжительный сезон (4,5 месяца). Средняя температура в летние месяцы составляет 24 градуса.
14. Наличие малождливый периода	Лето засушливое, осадков незначительное количество
15. Близость к международному аэропорту или туристскому центру	В 50 км от города Астрахани
16. Длительность и комфортность путешествия	Дорожная инфраструктура развита недостаточно, присутствуют грунтовые дороги, проезд по которым может быть затруднен
Культурные достопримечательности 17. Наличие достопримечательностей (для проведения обзорного тура)	Церковь Казанской иконы Божьей Матери (с. Увары); Церковь Смоленской иконы Божьей Матери (г. Камызяк); Страусиная ферма «Баба Фрося»; Музей российского арбуза.
18. Места археологических раскопок	«Самосдельское городище» (с. Самосделка), Могильник грунтовый «Большой Хаджи» (с. Маячное), Поселение «Малый Хаджи» (с. Маячное), Могильник грунтовый «Караколь» (с. Самосделка), Грунтовый могильник «Большой Таболинский» (с. Раздор), Грунтовый могильник «Коновский» (с. Увары)
19. Местные обычаи, этнография, традиции	Этнографический интерес представляют такие села как: Семибугры (казахский быт, обычаи и традиции), Успех (русские старообрядцы - «липоване»), Хмелёвка (русские старообрядцы – кулугуры).
Размещение и питание 20. Наличие или реальность создания комфортабельных средств размещения и транспорта	В районе действует более 100 комфортабельных туристских баз
21. Наличие предприятий общественного питания	Предприятия общественного питания функционируют при туристских базах (кафе, рестораны, бары) и в крупных населенных пунктах
Общие рамочные условия 22. Личная безопасность туристов	Обеспечивается в рамках действующего законодательства.
23. Санитарное состояние территории	Санитарное состояние населенных пунктов и прилегающих к ним территорий крайне плохое в связи с отсутствием санкционированных свалок и полигонов по складированию мусора. Состояние окрестностей и территорий туристских баз, а также незаселенных районов соответствует санитарным нормам.
24. Наличие системы оказания базовых медицинских услуг	Функционирует сеть государственных медицинских учреждений

**Вывод:** туристский потенциал проектной территории Камызякского района Астраханской области можно оценить как достаточно высокий. Территория обладает привлекательными для туристов ресурсами и перспективна для развития экологических форм туризма, в первую очередь водных маршрутов.

**Пример 2. Оценка эколого-туристского потенциала природного парка «Волго-Ахтубинская пойма»**

Показатели	Оценка
Красота/многообразие ландшафта (горы, водоемы и др.)	Ландшафт природного парка достаточно привлекателен в эстетическом плане. Особенный интерес представляют берега водоемов (рек Волги и Ахтубы, многочисленных озер и ериков – всего свыше 1000 объектов), а также свойственные этому ландшафту уникальные галерейные дубравы-дуба черешчатого. Определенной особенностью ландшафта также является скрытое месторасположение некоторых населенных пунктов, расположенных в низинах, и окруженных с одной стороны холмистой местностью, с другой – конкретными водотоками.
Высокое разнообразие	Около 200 видов птиц, из них 26 «краснокнижных», 30 видов млекопитающих, 59 видов рыб, 800 видов растений.
Наличие крупных видов животных	Широко распространен кабан.
Наличие других интересных видов животных	В юго-восточной части парка встречаются косуля, олень и лось.
Возможность реально наблюдать за дикими животными	В настоящее время ведется работа по обустройству двух орнитологических смотровых площадок на оз. Невидимка и Замора (в перспективе будут обустроены еще пять площадок), оснащенных соответствующим оптическим оборудованием.
Интересные формы растительности	Дубовые рощи, луговые разнотравья, лекарственная растительность, множество редких цветов (марсилия четырехлисточковая, тюльпан Шренка и Биберштейна и т.д.).
«Девственность», ненарушенность природных комплексов	Незатронутые антропогенной деятельностью участки природного парка расположены, главным образом, в восточной части ООПТ. Развитие туризма на этих территориях в массовых своих формах не рекомендуется, приоритет должен отдаваться преимущественно эксклюзивному научному туризму.
Возможности для купания	На территории природного парка отведено 21 место под организацию пляжей, однако, в настоящее время можно говорить о перспективном создании только одного объекта пляжной инфраструктуры на территории р.п. Средняя Ахтуба.
Наличие и разнообразие возможностей для активного отдыха	Территория агрохозяйственной и рекреационной зоны подходит для прокладки конных, вело- и автомаршрутов, организации водных путешествий (сплавов по Ахтубе), треккинг-туров.
Наличие знающего и квалифицированного персонала	В штате сотрудников дирекции природного парка нет ни одного сотрудника с базовым туристским образованием. Несколько специалистов (2-4 чел.) проходили стажировку по экотуризму за рубежом и имеют сертификаты о повышении квалификации по направлению «Туризм».
<b>Климат</b>	
Комфортная температура, влажность воздуха, продолжительность благоприятного сезона	Годовая амплитуда температуры воздуха достигает 33-35°C. Количество осадков почти в 2,5-3 раза меньше испаряемости (более 800 мм). Количество зимних дней на 10-12 дней меньше, чем в сопредельных климатических районах. За апрель-октябрь выпадает осадков в 1,5 раза больше, чем за холодные месяцы года (март-ноябрь). Осадки летнего периода бывают редко. Сезон в основном приходится на май-сентябрь (обычно 5-6 месяцев).
<b>Доступность</b>	
Близость к международному аэропорту или туристскому центру	Территория природного парка «Волго-Ахтубинская пойма» является рекреационной зоной волгоградско-волжской агломерации. Близость от г. Волгоград составляет не более 100 км. С развитием транспортной системы дорожных сообщений и открытием моста через Волгу время доставки в областной центр существенно сократится.

Показатели	Оценка
Длительность и комфортность путешествия в пункт назначения (состояние дорог и т.д.)	Дорога областного значения, связывающая Волгоград с населенными пунктами Среднеахтубинского и Ленинского районов, находится в удовлетворительном состоянии, районные дороги – требуют модернизации и ремонта.
<b>Достопримечательности окрестностей</b>	
Наличие других природных достопримечательностей на проектной территории	К значимым природно-историческим памятникам на территории парка можно отнести, например, могучий 400-летний дуб, обнаруженный несколько лет назад в районе Каршевитского лесничества. Сейчас ведется работа по его паспортизации и присвоению ему статуса памятника природы.
<b>Культурные достопримечательности</b>	
Места археологических раскопок	На территории сконцентрированы 47 археологических объектов, однако, все они законсервированы и в настоящее время не могут быть использованы в туристских программах. Их расконсервация не имеет смысла. Между тем в этих районах возможно проведение различных игр ролевой направленности, подтверждающих статус преемственности исторических событий.
Местные обычаи, этнография, сохранение традиционного уклада жизни	Проектная территория имеет большой культурно-этнографический потенциал: многочисленны легенды и мифы, базирующиеся на конкретном историческом материале; на базе деревни Маляевка частично сохраняется традиционный уклад жизни местного татарского населения. В буферной зоне парка находится комплекс Сарай-Берке, расположенный на «Великом шелковом пути».
Местные ремесла, промыслы. Сувенирная продукция	Как Среднеахтубинский, так и Ленинский районы имеют богатые традиции ремесел и промыслов (гончарное производство, лозо-, кружевоплетение). Имеется также и производство собственной сувенирной продукции. В районе г. Краснослободск на базе мехлесхоза поселка Сахарный уже несколько лет подряд осуществляется выпуск деревянных сувениров (деревянная посуда с росписью под хохлому) для нужд предприятий туризма областного центра (Проект границ., 2002).
<b>Размещение и питание</b>	
Наличие или реальность создания комфортабельных, приемлемых с точки зрения гигиены средств размещения и транспорта	На проектной территории функционирует 154 турбаз и баз отдыха. В перспективе возможна реконструкция гостиницы г. Ленинск, а также возведение вдоль основных туристских автотрасс нескольких комфортабельных придорожных отелей (мотелей). Особенно интересна зарождающаяся туристская инфраструктура г. Краснослободск и о. Сарпинский – располагающаяся при выезде из города на проектную территорию. При условии сохранения и рационального использования рекреационных ресурсов и соблюдении экологических ограничений территория острова Сарпинский может принять 10-30 тыс. рекреантов.
Наличие вкусной, безукоризненной с точки зрения гигиены еды	Предприятия общественного питания функционируют преимущественно при туристских базах (кафе, рестораны, бары), меньше всего - в населенных пунктах. Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» является держателем марки «Экологически чистый район, территория», что позволяет ему активно позиционировать свое предложение по отношению к другим конкурирующим структурам. В частности это может касаться и продовольственной продукции.

Показатели	Оценка
<b>Общие рамочные условия</b>	
Санитарное состояние территории, психологический комфорт и личная безопасность туристов	<p>1. Уровень антропогенного воздействия промышленных предприятий на окружающую среду проектной территории - оптимален. Однако уровень экологической безопасности некоторых единичных производств может быть оценен как низкий. Инфраструктура промышленности требует модернизации. Например, определенные опасения внушает работа районной птицефабрики: в ее окрестностях «стоит» неприятный запах, что недопустимо, так как фабрика выходит на единственную автотрассу, связывающую райцентры проектной территории в единую транспортно-коммуникационную туристскую сеть.</p> <p>2. Санитарная обстановка поймы представляет потенциальную угрозу туристам, игнорирующим элементарные правила гигиены и безопасности. Опасность представляют помимо грызунов и птиц (при лихорадке Западного Нила важную роль в передаче инфекций играют именно пернатые), некоторые виды насекомых: малярийный комар, клещи, а также все другие кровососущие насекомые. Волго-Ахтубинская пойма в пределах Волгоградской области является энзоотичной по особо опасным инфекциям: туляремии, ГЛПС, лептоспирозу, ККГЛ, ЛЗН, Ку-лихорадке. Периодическая активность природных очагов этих инфекций подтверждается результатами лабораторных исследований и заболеваемостью людей. С целью обеспечения безопасности рекреантов на территории парка осуществляется регулярный санитарный контроль за активностью природных очагов инфекции (Схема организации..., 2004). Очаговая обработка территории противомоскитными, противоклещевыми и другими биопрепаратами ведется силами туристских баз.</p> <p>3. Для организации пляжного отдыха важное значение имеет качественный состав воды. Санитарное состояние поверхностных водоемов Волго-Ахтубинской поймы по показателю фекального загрязнения воды в июне-июле (при повышении температуры до 43°C) является максимальным. В это время биомасса возбудителей повышается более чем в 2 раза. Определенное беспокойство внушает экологическое и санитарное благосостояние прибрежных районов р. Ахтуба, ер. Судомойка, ер. Сахарный, а также районов, расположенных вблизи х. Ямы и х. Вязовка, куда перекачиваются на иловые поля сточные воды волжской агломерации. Основной отстойник городских бытовых сточных вод расположен на острове Сарпинском, традиционно используемом как зона кратковременной (дачи, купание) и частично длительной рекреации волгоградцев.</p> <p>4. Большое препятствие развитию туризма представляет ее замусоренность. Во многих районах организационно не решена проблема вывоза мусора от населения.</p> <p>В списке тех, кто загрязняет природный парк, не только туристы, но и жители населенных пунктов, расположенных на его территории. У дирекций парков нет статьи в бюджете на вывоз мусора (эта функция раньше входила в обязанности парка).</p> <p>Серьезная проблема с мусором, сложившаяся на территории парка, решается сегодня в основном силами молодежи. Так, в 2007 г. в рамках проходящей ежегодно акции «Очистим планету от мусора» с территории парка было вывезено 3 тонны мусора.</p>
Наличие системы оказания базовых медицинских услуг	Уровень предоставляемых медицинских услуг не достигает уровня клинических учреждений гг. Волгограда и Волжского. Вместе с тем квалифицированная медицинская помощь может быть оказана в каждом городе и районном центре проектной территории, в крупных поселениях - с. Каршевитое, Покровка.

### **Выводы:**

Туристский потенциал проектной территории природного парка «Волго-Ахтубинская пойма» можно оценить как высокий, территория обладает привлекательными для туристов ресурсами и перспективна для развития экологических форм туризма.

Задачи, которые возлагаются на природный парк - природоохранная и рекреационная – противоречивы, что создает сложную управленческую проблему: сохранить типичные и уникальные природные комплексы и одновременно предоставить людям возможность заниматься традиционными формами сельского хозяйства, посещать наиболее интересные природные и культурные объекты в строго экологических рамках.

Однако в последнее время приходит понимание, что разумная организация в парке регулируемого отдыха и природно-ориентированных видов туризма как неистощимых видов природопользования позволит сохранить на территории поймы уникальные природные комплексы. В этой связи создание рекреационной инфраструктуры, организация туристских маршрутов позволяет наладить контроль за посещаемостью, а главное сохранить природные комплексы природного парка «Волго-Ахтубинская пойма», создать систему организации цивилизованного использования рекреационных ресурсов и постепенного перехода «неорганизованного» туризма в «регулируемый» (Лопанцева, Картунов, 2004; Свиридова, 2007).

Сконцентрированность на проектной территории благоприятных условий для развития туризма позволяет сделать вывод о возможности развития как в пределах ООПТ, так и вне их разнообразных форм экотуристской деятельности, способных стимулировать комплексное поступательное движение вперед социально-экономической системы Среднеахтубинского и Ленинского районов Волгоградского туррегиона.

### **Пример 3. Оценка эколого-туристского потенциала Юстинского района Республики Калмыкия**

<b>Показатель</b>	<b>Оценка</b>
<b>Природные достопримечательности</b>	
Красота/многообразие ландшафта	Пойменная и примыкающие к ней степные части Юстинского района обладают значительной эстетической привлекательностью и разнообразием ландшафта, позволяющим знакомиться со спецификой сразу двух природных зон – степи и поймы. Волго-Ахтубинская пойма – практически единственный участок долины Волги, сохранивший естественное строение. На территории, входящей в состав Юстинского района, пойма обладает густой гидрологической сетью: здесь расположено несколько озер и крупных водотоков регионального значения, обладающих ресурсами для развития экологического туризма.
Биоразнообразие	На территории природного парка произрастают несколько типов луговых сообществ. Озера и водотоки служат местом отдыха и кормежки многих, в том числе редких птиц-мигрантов. Из числа птиц, занесенных в Красную книгу России, в парке регулярно или периодически гнездятся 16 видов, в частности, орлан-белохвост и черноголовый хохотун. В водоёмах и реках парка водятся такие виды рыб: плотва, язь, окунь, щука, бычок, ерш, густера, белорыбица, осётр, белуга, сом, судак, линь, жерех, лещ, угорь, вобла, сазан.
Наличие крупных видов животных	Распространен кабан.
Наличие других интересных видов животных	Встречаются волки, енотовидные собаки, лисы, зайцы-русаки.

<b>Показатель</b>	<b>Оценка</b>
Возможность реально наблюдать за дикими животными	Работа по организации смотровых площадок в природном парке не ведется.
Интересные формы растительности	Несколько типов луговых сообществ. Важнейшими однолетниками являются: гречиха ложно-песчаная, горец птичий, а среди многолетних – девясил британский, лапчатка серебристая, солодка голая. Лекарственные растения: хвощ полевой, алтей лекарственный, одуванчик лекарственный, солодка гладкая, шалфей лекарственный, череда трехраздельная. В пойменных лесах преобладают тополь черный, ива белая, вяз крупнолистный и узколистный, клен татарский, дуб, лох, ясень.
«Девственность», ненарушенность природных комплексов	Природные комплексы мало нарушены за пределами населенных пунктов. На территории природного парка Республики Калмыкия и заказника Сарпинский сохранена первозданность природы.
Возможность для купания	Оз. Чернов Затон и прилегающая к нему территория, правобережье реки Цаган-Аман, левобережье реки Кокцикмень и территория между озером Длинное и ериком Цибек – используется местным населением и туристами для купания. Пляжная инфраструктура отсутствует.
Наличие и разнообразие возможностей для активного отдыха	На проектной территории возможна организация конных, пешеходных маршрутов, водных походов на гребных судах.
Наличие знающего и квалифицированного персонала	В штате природного парка отсутствуют специалисты с туристским образованием. В качестве квалифицированного персонала могут выступать преподаватели гимназии п. Цаган-Аман, организующие ежегодный детский экологический лагерь «Импульс».
<b>Климат</b>	Климат пойменной части Юстинского района можно охарактеризовать как умеренно сухой и теплый, с суммарной солнечной радиацией 115-120 ккал/кв. см год, с суммой активных температур выше 10°C 3200-3400 – по теплообеспеченности сравнимый с субтропическими районами Крыма. Климатические особенности района, продолжительность благоприятного, «высокого» сезона, являются дополнительной положительной характеристикой туристической привлекательности района.
<b>Доступность</b>	Юстинский район значительно удален от крупных транспортных узлов. Расстояние от п. Цаган-Аман до крупных населенных пунктов, обеспеченных международными аэропортами и ж-д вокзалами – 290 км до г. Элисты, 283 км до Волгограда. По территории района проходит 10,5 км автодороги федерального значения, 208,2 км автодорог республиканского значения. Цаган-Аман рассматривается как второстепенный транспортный узел. В районе п. Цаган-Аман через р. Волгу функционируют 5-6 ведомственных паромов. На территории парка все дороги – проселочные.
<b>Достопримечательности окрестностей</b>	
Наличие других природных достопримечательностей	Зоологический заказник федерального значения Сарпинский, расположенный на территории Юстинского и Яшкульского районов



Показатель	Оценка
Культурные достопримечательности	На территории Юстинского района находится 9 памятников истории местного значения, расположенные в природном парке и в п. Цаган-Аман.
Места археологических раскопок	Отсутствуют
Местные обычаи, этнография	Поселок Цаган-Аман (калм. «Белый берег») – один из старейших населенных пунктов республики Калмыкия, с уникальной историей. На базе 11 школ Юстинского района, Центра детского и юношеского творчества п. Цаган-Аман развиваются традиционные калмыцкие народные промыслы (резьба по дереву, тесемная вышивка, бисероплетение, изготовление национальных кукол, изготовление изделий из войлока и кожи). В ЦДЮТ регулярно проводятся выставки «Сохраним и приумножим», в п. Цаган-Аман проходит ежегодный национальный праздник – Джангари-ада, который сопровождается массовыми народными гуляниями, спортивными состязаниями. В п.Цаган-Аман существуют две общественные организации «Казачье общество» и «Буддийское общество», которые имеют в пользовании на территории парка земельные участки, которые, впрочем, никак ими не используются. Это может быть использовано в развитии этнографического и сельского туризма на территории парка.
Размещение и питание	На территории п. Цаган-Аман расположены две базы отдыха, коттеджи и домики рыбака, районный пансионат «Сюмин Булг», общежитие Биостанции Калмыцкого государственного университета. На территории природного парка у оз. Бакланчик расположен стационарный детский экологический лагерь и туристская база «Белый берег», в стадии строительства находятся ещё две базы. Вместимость баз небольшая. Индустрия питания на проектной территории недостаточно развита. На территории п. Цаган-Аман находится 5 кафе, крупнейшие из которых – «Алтан Гоа», «Кирсан». Уровень обслуживания в кафе низкий, их категоричность определить затруднительно.
Общие рамочные условия	
Санитарное состояние территории, психологический комфорт и личная безопасность туристов	Уровень антропогенного воздействия на проектную территорию – значительный. Юстинский район имеет повышенный потенциал загрязнения атмосферы (ПЗА), который отмечается в осенне-зимний период во время штилей. В числе приоритетных загрязнителей атмосферного воздуха остаются взвешенные вещества (сажа, пыль, аэрозоли), оксиды азота и углерода, диоксид серы, формальдегид, бензапирен, пестициды. Район п. Цаган-Аман подвергается значительной пылевой нагрузке – 293 кг/км <sup>2</sup> в сутки – нерастворимой неорганической пыли, 77 кг/км <sup>2</sup> в сутки – нерастворимых органических соединений, 32 кг/км <sup>2</sup> в сутки – растворимых солей. Район природного парка в весенне-летний период подвергается значительным загрязнением со стороны туристов. Ежегодно перед началом летнего сезона парк организует сбор и вывоз мусора с территории.
Наличие системы оказания базовых медицинских услуг	На территории п. Цаган-Аман располагается районная клиническая больница.

### Выводы:

Туристский потенциал Юстинского района, включая территорию природного парка Республики Калмыкия, можно оценить как средний. Территория обладает привлекательными для туристов ресурсами и возможностями для развития экологических форм туризма, которые в некоторой степени ограничены в связи со значительным уровнем антропогенного воздействия на территорию и с тем, что значительная часть земель парка занята фермерскими хозяйствами. В рекреационной зоне парка для осмотра достопримечательностей и организации познавательных экскурсий планируется разместить 4 эколого-образовательных маршрута.

## **4.2. Инвентаризация эколого-туристских ресурсов природной территории**

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

Итак, вы сделали общую оценку эколого-туристического потенциала вашей территории (см. главу 4.1). Теперь вам предстоит провести детальную инвентаризацию имеющихся достопримечательностей и других ресурсов, которые могут использоваться при развитии экотуризма. Подобная инвентаризация начинается с ответа на вопрос: «Что мы имеем в настоящее время на охраняемой территории или в регионе, что может заинтересовать туристов?». Ниже приводятся рекомендации Н. Seballos-Lascurain (1996, 1998, перевод Е.Ю.Ледовских).

Инвентаризация должна быть как можно более полной и детальной, но ее не следует рассматривать как наукообразный список всех видов растений и животных, обитающих на данной территории, или как полный каталог исторических зданий и других объектов.

В данном случае инвентаризация – это описание наиболее привлекательных элементов природного и культурного наследия, самых ярких особенностей данной территории, которые делают ее интересной для посетителей и могут использоваться в рекламно-информационной деятельности по продвижению вашего туристического продукта. Поэтому при обзоре эколого-туристических ресурсов следует избегать сухого научного или технического языка. Под эколого-туристическими ресурсами здесь имеются в виду не только объекты, но и определенные виды деятельности. Их можно разделить на две группы: *основные* («*центральные*») и *производные*. Первые всегда связаны с главными природными и культурными особенностями, охраняемыми на данной территории. Они играют определяющую роль при принятии туристами решения о выборе тура именно в данный регион. В совокупности они образуют первичное туристическое предложение. В качестве примера можно привести: природные объекты (реки или озера, геологические формации, тропический лес, определенные виды животных или растений) или объекты культурного наследия (поселок коренных народов, археологические раскопки). Производные ресурсы (их совокупность называется производным туристическим предложением) играют второстепенную роль. Сами по себе они недостаточны для того, чтобы привлечь туристов, однако являются немаловажным компонентом при организации туристической деятельности; их наличие или отсутствие может существенно повлиять на успех развития экотуризма. Они включают объекты туристической инфраструктуры (эколого-образовательные центры, музеи природы, гостиницы, рестораны, ярмарки и торговые центры), услуги (пешие маршруты под руководством гида), специально организованные мероприятия развлекательного или познавательного характера (полевые семинары или тематические выставки).

При подготовке обзора эколого-туристических ресурсов можно воспользоваться следующим планом.

## **Первичное туристическое предложение (по Seballos-Lascurain, 1996)**

1. Название охраняемой территории, ее статус.
2. Географическое положение (включая схему местоположения, широту, долготу, высоту над уровнем моря)
3. Площадь территории
4. Варианты проезда, места входа и въезда
5. Внутренние пути сообщения:
  - Автотранспортные дороги и места парковки;
  - Пешеходные дороги и тропы;
  - Тропы, предназначенные для верховой езды;
  - Маршруты, предназначенные для велосипедных прогулок;
  - Водные маршруты;
6. Краткое описание основных визуальных особенностей:
  - Разнообразие рельефа (равнинные участки, склоны умеренной крутизны, обрывы, др.);
  - Геоморфологическое разнообразие (скалы, каньоны, ледники, пещеры, снежные вершины, др.);
  - Разнообразие гидрологических объектов: моря, реки, пляжи, озера, лагуны, водопады, ручьи, гейзеры и др.).
    - Разнообразие типов растительности: высокое, умеренное и т. п.
    - Визуальная привлекательность ландшафтов
    - Степень выраженности антропогенного воздействия. Наличие или отсутствие таких диссоциирующих элементов, как разнообразные строения, автодороги, участки нарушенного леса.
7. Климат
  - Температура
  - Осадки (дождь, снег, град, др.)
  - Ветры (сила, направление)
  - Влажность
  - Атмосферное давление
  - Облачность
8. Показатели комфорта по сезонам (жарко, тепло, прохладно, холодно, очень холодно, влажно, сухо).
9. Природные достопримечательности
  - 9.1. Геологические/геоморфологические особенности:
    - Горы и вулканы
    - Межгорные долины, бассейны, равнины
    - Каньоны (овраги, ущелья, др.)
    - Скальные участки
    - Валуны
    - Пещеры, гроты
    - Песчаные дюны, песчаные отмели
    - Окаменелости
    - Острова
    - Мысы, полуострова
    - Бухты, заливы, проливы
    - Пляжи
  - 9.2. Гидрологические ресурсы
    - Океанские воды
    - Реки, подводные течения, ручьи, ледники, айсберги, др.
    - Озера, пруды, оазисы, др.
    - Водно-болотные угодья, прибрежные лагуны
    - Источники (горячие, холодные, серные, др.)

- Водопады
- 9.3. Биологические ресурсы
  - Флора
  - Главные типы растительности
  - Основные виды (наиболее интересные, редкие, примечательные внешне, наиболее характерные для данной территории, и др.)
  - Примечательные отдельно стоящие деревья
  - Фауна (списки видов с выделением ключевых) – насекомые, рыбы, амфибии и рептилии, птицы, млекопитающие)
- 10. Объекты культурного наследия
  - Археологические объекты
  - Местный фольклор, этнические группы, поселки, архитектура, одежда, пища, ярмарки, танцы и музыка, ремесла, традиции, церемонии и др.
  - Исторические и культурные места
  - Фестивали и другие события.

### **Производное туристическое предложение (по Е. Вуо, 1993)**

#### **1. Инфраструктура**

- Перечислите объекты инфраструктуры, имеющиеся на вашей ООПТ и сопредельных территориях для приема туристов (визит-центр, природные тропы, туалеты, рестораны/кафе, сувенирные лавки, кордоны и избушки и др.).
- Используются ли они? Как регулярно? Кем? (Перечислите отдельно)
- Каково состояние этих объектов инфраструктуры? Они старые или новые? Поддерживаются ли они, кто отвечает за их поддержание?
- Кто является их владельцем: ООПТ, частный сектор, др.? Если вовлечен частный сектор, он местный, национальный, или иностранный?
- Какие объекты инфраструктуры содействуют экологическому образованию посетителей (например: информационные знаки и аншлаги на экотропах, информационные брошюры в визит-центре, видео).
- Какие виды эколого-образовательных материалов доступны для посетителей ООПТ? Опишите их.
- Кто готовит и издает эти материалы? На какие целевые группы они рассчитаны?
- Как распространяются эти материалы? Полезны ли они для посетителей?
- Какие ресурсы и объекты инфраструктуры приносят ООПТ финансовые средства? (например: сувенирные лавки, система входных взносов, кафе и др.). Каким образом? Можно ли подсчитать, какую часть финансовых средств обеспечивает каждый из этих объектов?
- Какие из объектов, находящихся на территории ООПТ, обеспечивают финансовый вклад для жителей окрестных поселений? (Например: сувенирные лавки, рестораны, частные турбазы и др.). Каким образом? Можно ли подсчитать, какой доход для местных жителей обеспечивает каждый из этих объектов?

#### **2. Персонал**

- Сколько сотрудников непосредственно работает с туризмом? В чем состоит их работа? Они работают на общественных началах, или их работа оплачивается? Из каких источников финансируется их зарплата?
- Получили ли сотрудники какую-либо подготовку для работы с туристами, проходили ли они обучение?
- Адекватно ли число сотрудников ООПТ количеству посетителей? Могут ли они обеспечить необходимую охрану природным ресурсам ООПТ?

#### **3. Услуги, мероприятия**

- Пешие, конные и др. маршруты с гидом
- Специально организуемые мероприятия познавательного и развлекательного характера и т. п.

### 4.3. Выбор целевых категорий посетителей. Оценка спроса

Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева

После того, как вы определили, что могут предложить посетителям охраняемая территория и местное сообщество, необходимо выяснить, какие категории туристов являются вероятными участниками предлагаемых программ. Интересы выбранных категорий посетителей не должны вступать в противоречие с задачами охраняемой природной территории и местных сообществ, а также должны соответствовать тому, что они могут и готовы предложить туристам.

Результатом недостаточного внимания к этим вопросам могут оказаться недовольные посетители, которые не приедут вновь, отсутствие посетителей как таковых (несмотря на немалые средства, вложенные в рекламу) или недоброжелательное отношение местных жителей к развитию туризма, подрывающего их традиционный образ жизни и/или не обеспечивающего никаких преимуществ на местах.

Современная стратегия маркетинга рекомендует:

- проводить анализ и планирование, чтобы предлагаемая продукция/сервис совпадали с нуждами потребителя;
- фокусировать рекламную деятельность на тех людях, которые с большей вероятностью приобретут вашу продукцию, нежели на массового «неспецифического» клиента;
- развивать методы маркетинга, которые оптимальны для выполнения конкретных задач.

Следуя этой концепции, Вы не только обеспечите своих клиентов лучшей продукцией, но и избежите потери ценного времени и средств на развитие и продвижение невостребованного продукта или сервиса.

**Что нужно сделать для выявления целевых категорий посетителей** (или, иными словами, определения потенциального сегмента рынка)?

Прежде всего, необходимо оценить *текущую ситуацию* (уже имеющийся туристический потенциал (глава 4.1)). Создайте систему сбора статистических данных о ваших посетителях. Она должна включать не только количественные характеристики, но также и демографические сведения. С помощью письменного анкетирования или устных опросов посетителей, анализа информации из журналов регистрации посетителей или туристических путевок, а также, используя другие возможности сбора сведений, можно получить следующую информацию:

- Из каких источников посетители узнают о Вашем национальном парке (заповеднике)?
- Демографический состав посетителей (возраст, регион или страна, откуда они приехали, и др.). Если такая информация официально ООПТ не собирается, возможно, эти сведения могли бы предоставить гиды, сопровождающие туристические группы, персонал турбаз и т. д.
- Что посетители делают на территории Вашей ООПТ? Составьте список их видов деятельности и отметьте наиболее популярные из них.
- Какими дополнительными видами деятельности могли бы заниматься посетители Вашей ООПТ?
- Что нравится, и что не нравится Вашим посетителям?
- Когда высокий/низкий сезон для посещения Вашей ООПТ? Почему?
- Кто является основными потребителями туристических услуг Вашей ООПТ в настоящее время (местные жители, «массовые» иностранцы – представители среднего класса, представители обеспеченных групп и др.)?
- Какие типы туристических программ предпочтительнее с точки зрения интересов ООПТ, какие инфраструктурные изменения для этого необходимы?
- Какие маркетинговые и информационные стратегии использует ООПТ для привлечения посетителей? Как посетители узнают о возможности посетить ООПТ? Какие рекламно-информационные издания имеются?

Результаты подобных исследований дополняют статистические данные о посетителях и предоставят очень ценную информацию для маркетинга и управления туристическими потоками.

### **Основные вопросы для выявления целевых категорий посетителей:**

1. *Какие группы людей могло бы заинтересовать наше туристическое предложение?*
2. *Какие из этих групп посетителей мы готовы и хотим принимать (с точки зрения соответствия их деятельности задачам нашей ООПТ)?*
3. *Оценка степени привлекательности и возможного уровня спроса на наше туристическое предложение для каждой из этих групп.*

В этом может помочь анализ уже имеющегося турпотока.

– Сколько людей посещают территорию ООПТ за год? Каково соотношение россиян и иностранцев? Какое количество посетителей можно реально ожидать в будущем?

– В чем уникальность и специфичность туристического предложения ООПТ по сравнению с аналогичными предложениями в других регионах/странах?

– Какие другие достопримечательности и события, привлекающие туристов, имеются в регионе (например, исторические, культурные, природные, городские и другие достопримечательности, традиционные праздники, фестивали и другие события)? Какое количество туристов их посещает ежегодно (отметьте отдельно для каждой группы достопримечательностей). Эти туристы могут стать вероятными посетителями вашей ООПТ – в качестве дополнения к их турам более общей направленности.

– Организуются ли в настоящее время более комплексные туристические программы, которые включают или могут включать в качестве компонента посещение вашей ООПТ?

– Наличие и качество конкурирующих предложений.

– Можно ли ожидать достаточный спрос, чтобы обеспечить адекватный доход для ООПТ и местного сообщества?

– Достаточна ли емкость природной среды и инфраструктуры для удовлетворения ожидаемого спроса? Адекватны ли вспомогательные услуги, включая экологические тропы, смотровые площадки и вышки для наблюдений, места парковки или пристани, эколого-образовательные программы, возможности для разбивки палаточных лагерей, туалеты, обеспечение жильем, пищей и горючим для транспортных средств, система утилизации мусора, возможности для оказания первой помощи в случае травм и заболеваний?

#### *4. Окончательный выбор целевых категорий посетителей для дальнейшей работы.*

Для каждой из этих категорий, следует выяснить:

– Где они обычно проживают?

– Каковы их главные интересы (мотивации) при совершении путешествия? (В качестве примера см., например, главу 1.4).

– Существуют ли общие демографические тенденции: возраст, семейное положение, размер и состав семей, образование, доход, профессия, состояние здоровья и физическая подготовка, и др.?

– Каков уровень их дохода, и сколько они готовы потратить на свой отпуск?

– Что они делают в качестве туристов?

– Куда они предпочитают ездить в настоящее время?

– Что они хотят делать во время отпуска/выходных?

– Насколько им удобно добираться до вашей территории?

– Сколько в среднем туристы тратят за время посещения ООПТ? На что и где они тратят деньги, посещая ООПТ?

– Как они принимают решение, куда поехать путешествовать и что делать во время путешествия?

Следует с особым вниманием продумать вопрос, какие преимущества от приема этих групп посетителей могут извлечь ООПТ в целом и местные сообщества в частности.

В качестве основы для выделения целевых категорий посетителей можно воспользоваться типологией участников природных туров, предложенной в главе 1.4. Эти категории могут быть еще более специфическими, их можно далее детализировать.

Например, спектр возможных категорий посетителей ООПТ может выглядеть так:

Высокоспециализированные:

\*Ученые различного профиля, участники научных туров

\*Студенты

«Увлеченные» (организованные туристы, целенаправленно приезжающие для путешествия по природным территориям с познавательными целями или желающие оказать практическую помощь):

\*Любители природы (участники «классических» познавательных экотуров)

\*Наблюдатели птиц (birdwatchers)

\*Любители ботаники, зоологии (или интересующиеся какой-либо определенной группой растений или животных – например, грибами), участники обществ любителей природы и т. п.

\*Любители археологии, участники культурно-этнографических туров

\*Волонтеры

Массовые (организованные туристы, приезжающие целенаправленно на охраняемые территории, но интересующиеся природой «от случая к случаю»):

\* Паломники

\* Любители «стационарного» отдыха в условиях дикой природы (здесь можно выделить несколько групп в зависимости от специфики их потребностей относительно характера деятельности и комфортабельности условий проживания – например, молодежные группы, семьи, бизнесмены, и др.)

\* Любители активного отдыха, участники приключенческих туров:

\* пеших или горных

\* сплавов на байдарках и катамаранах,

\* конных,

\* велосипедных,

\* лыжных и др.

\* Любители рыбной ловли

\* Местные экскурсанты (школьники, взрослые и др.)

\* «Случайные» посетители (для которых участие в экотурах не является целью приезда, но может стать дополнением к их поездке). Кроме непосредственного посещения ООПТ, эта категория посетителей может просто воспользоваться различными платными услугами на ООПТ (гостевые дома, услуги питания, прокат транспорта и инвентаря, платная стоянка и др.):

\* Участники неспециализированных туров, компонентом которых может стать посещение охраняемых территорий

\* Отдыхающие в пансионатах, санаториях, домах отдыха, турбазах и др.

\* Самодеятельные туристы (пешеходники, байдарочники, лодочники и др.)

\* Участники «туров выходного дня»

\* Автомобилисты

\* Любители рыбной ловли

\* Лица, приезжающие в данный регион с деловыми целями (командировки, участие в конференциях и др.)

\* Дачники

\* Сборщики «даров природы»

В большинстве ООПТ спектр категорий посетителей не так широк. Реально значимыми могут быть лишь несколько из них. Некоторые примеры определения значимых категорий для отдельных российских ООПТ и выявления наиболее приоритетных из них представлены в таблицах 4.2 и 4.3.

В целом, по нашим наблюдениям, значительная часть иностранных посетителей российских ООПТ на данном этапе – представители категорий «высокоспециализированных» и «увлеченных» экотуристов (ученые, бердвотчеры, студенты, наблюдатели птиц, знатоки грибов и др.). А также бизнесмены, временно работающие в России или совершающие краткие поездки в ООПТ в дополнение к деловым командировкам (при этом потенциал их спроса на посещение ООПТ может быть достаточно высок). Среди российских посетителей ООПТ, напротив, пока преобладают «интересующиеся природой от случая к случаю» и «случайные» (включая любителей пикников, самостоятельных туристов и др.).

Применительно к каждой из выявленных целевых категорий следует разработать туристский продукт, определить цены и способы продвижения на туристическом рынке.

Сведения, полученные на данном этапе, могут иметь разнообразное применение. Так, например, информация о географическом положении охраняемой территории и местных сообществ, организующих прием, и о том, откуда приезжают посетители, определит схемы организации транспорта, принятие решений о вспомогательных (сопутствующих) услугах, и потенциальный размер туристического рынка.

Информация об особенностях поведения и демографических характеристиках потенциальных посетителей повлияет на комбинацию предлагаемых программ посещения и определит требуемые вспомогательные услуги, цены и входные взносы, а также выбор средств продвижения туристического продукта.

Определение оптимальных категорий посетителей поможет сосредоточить внимание на том типе туризма, который желает развивать данная территория, и определить оптимальную стратегию для коммуникации с его участниками.

Таблица 4.2

**Потенциал для развития различных видов экотуризма на примере Астраханского биосферного заповедника (Н.В. Мех, 2011)**

Категории экотуров					
Познавательные многодневные туры	Однодневные экскурсии	Научные программы	Туры выходного дня для семейного отдыха	Детские программы	Другое
Экскурсии на моторных лодках по водным маршрутам	Экскурсии на моторных лодках по водным маршрутам	Совместные научные исследования и экспедиции	Экскурсии на моторных лодках по водным маршрутам	Экологический лагерь «Заповедная смена»	Конференции, семинары, круглые столы, тренинги
Комплексные экологические туры	Экскурсии для школьников и взрослых на «лотосные поля»	Полевые практики для студентов ВУЗов биологических специальностей	Дополнительные экскурсии для туристов, проживающих на близлежащих турбазах	Призовые экскурсии для победителей экологических конкурсов	Съемки научно-познавательных фильмов и телепередач
Наблюдение за птицами (birdwatching)	Наблюдение за птицами (birdwatching)	«Аспирантские» туры	Культурно-этнографические туры	Совместные образовательные программы	Экотуры для партнеров и спонсоров

- высокий  
 - средний  
 - низкий

\* При оценке потенциала учитывались привлекательность данной ООПТ для той или иной категории туристов, возможный уровень спроса, а также их «совместимость» с природоохранными задачами. Так, например, экскурсионная работа с местными жителями (особенно школьниками), невзирая на ее невысокую экономическую отдачу, отнесена в разряд приоритетных, поскольку задача формирования благоприятного социального окружения крайне значима для ООПТ.



**Пример общей оценки перспективных категорий посетителей для  
Астраханского биосферного заповедника (Н. В. Мех, 2011)**

Потенциальные туристы					
	Организованные массовые посещения (группы более 5 чел.)		Организованные индивидуальные посещения (группы до 5 чел.)		
	Школьники, студенты	Взрослые	Местные жители и их гости	Приезжие из других реги- онов	Деловые люди (бизнесмены, бан- киры и др.)
Предполагае- мая цель посе- щения ООПТ	Кратковременное посещение с целью получить представление о местной природе, флоре и фауне		Познавательный отдых	Активный познаватель- ный отдых, знакомст-во с местными достопримеча- тельными	Отдых в красивых местах вдали от городской суеты
Средняя продолжитель- ность посеще- ния	1 день	1 день	1–2 дня, преиму- щественно выход- ные	3–5 дней	5–7 дней
Чувствитель- ность к ценам	Высокая, т.к. экскурсии чаще всего оплачи- вают родите- ли, посещение согласовывается и оплачивается заблаговременно	Средняя, группа фор- мируется и оплачивается заблаговре- менно	Высокая, т.к. уровень доходов этой категории туристов невысо- кий, посещение согласовывается и оплачивается заблаговременно	Средняя, посе- щение согла- совывается и оплачивается заблаговремен- но	Низкая, т.к. уро- вень доходов вы- сокий, обычно это группы туристов, которые ежегодно посещают ООПТ во время отпуска.
Среднее число участников в группе	20–30 чел.	6–15	1–5 чел.	1–5 чел.	1–5 чел., иногда до 10 чел.
Ожидаемый по- тенциал спроса в ближайшее 1–3 года	В течение туристического сезона с апреля по октябрь включительно туристический поток относительно равномерен. Наибольшее число посетителей наблюдается в период миграции птиц (апрель, октябрь) и в период цветения лотоса (июль – сентябрь).				1–3 группы за сезон
Необходимый уровень подго- товки со сторо- ны ООПТ	Низкий	Низкий	Средний	Средний	Средний
Приоритет для рекламной работы	Средний	Низкий	Средний	Средний	Низкий

#### **4.4. Разработка стратегии развития экотуризма на природных территориях**

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева*

В главе 4.1. приведена методика, позволяющая сделать первоначальную и общую оценку экотуристического потенциала конкретной территории и наметить основные направления работы. Следующим необходимым этапом является разработка комплексной и детальной стратегии, т. е. официального плана развития экотуризма на данной территории, а также бизнес-плана. Для подготовки этих документов необходимо участие профессиональных экспертов в области экотуризма.

Применительно к охраняемым природным территориям, стратегия должна дать ответы на следующие важнейшие вопросы в управлении туризмом:

- 1) определение оптимального типа и уровня туризма для данной охраняемой территории;
- 2) определение оптимальных взаимоотношений между менеджерами ООПТ и туроператорами;
- 3) установление партнерства между туризмом, охраняемыми территориями и местными сообществами;
- 4) установление адекватных уровней рекреационной емкости;
- 5) мониторинг и минимизация негативного воздействия туризма на охраняемые территории

Ниже приводятся рекомендации Elizabeth Woo по разработке стратегии развития экотуризма на охраняемых природных территориях – выдержки из книги «Экотуризм: руководство по планированию и управлению», 1993. (*Ecotourism: A Guide For Planners And Managers*, 1993. С дополнениями. Перевод Е.Ю. Ледовских).

Поскольку для оптимизации развития туризма приходится решать множество разнообразных вопросов, необходимо создать комитет по планированию экотуризма (его роль может выполнять общественный Совет ООПТ – *прим. ред.*) и провести серию встреч или семинаров с участием представителей всех важнейших заинтересованных групп:

- ООПТ,
- природоохранных организаций,
- Комитета по охране природы или природных ресурсов,
- окружающих поселений,
- турбизнеса,
- Комитета по туризму.

Главные задачи подобных встреч и семинаров:

- Собрать вместе представителей различных секторов, чтобы определить основные цели развития экотуризма на данной территории, проанализировать текущую ситуацию с туризмом, наметить пути ее улучшения.
- Наладить сотрудничество между различными группами, сформировать комитет по развитию экотуризма

- Определить предпочтительный сценарий развития туризма для данной территории

Для решения этих задач очень полезно присутствие фасилитатора.

На основе этой дискуссии группа должна прийти к консенсусу относительно желаемого количества туристов на данной ООПТ (в пределах допустимых нагрузок) и сопредельных территориях, а также видов их деятельности. Это определяется с точки зрения баланса многих задач, таких, как охрана природных ресурсов, устойчивое развитие местных сообществ и улучшение уровня обслуживания туристов. После того, как группа достигла консенсуса по поводу характера туризма на данной территории, необходимо разработать стратегию развития экотуризма и конкретный план мероприятий для достижения и поддержания желаемого уровня и характера туризма.

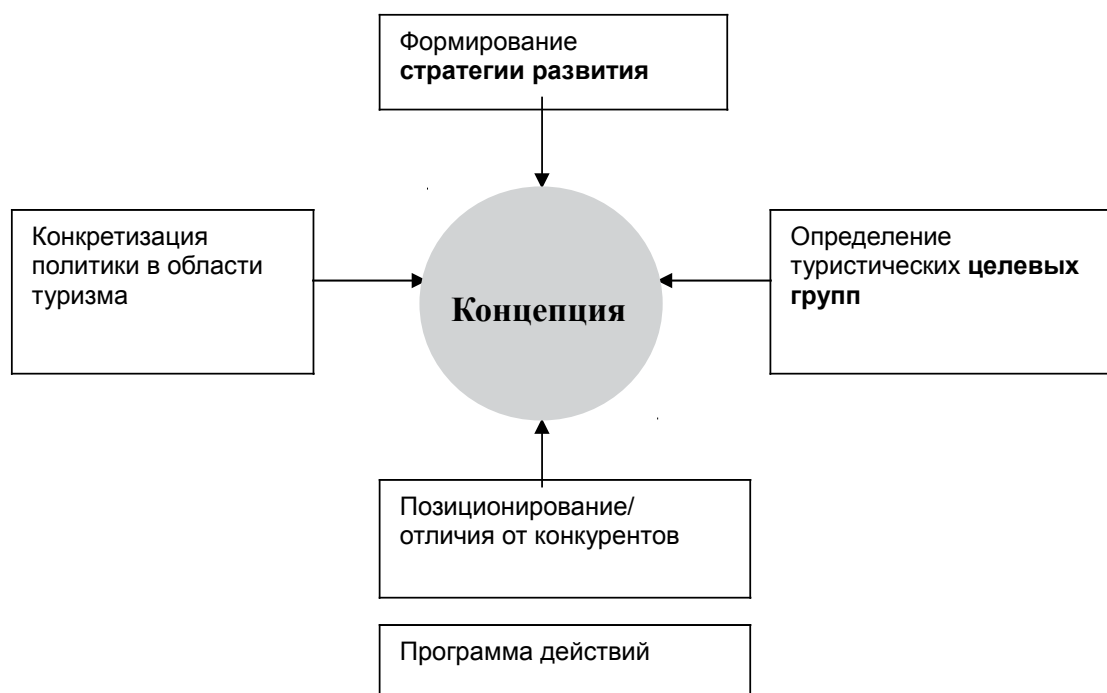


Рис. 4.1. Формирование концепции и стратегии в области развития экотуризма.  
По Strasdas, 2001



Рис. 4.2. От единичных мероприятий – к интегрированной стратегии  
По Strasdas, 2001

Стратегия должна определить цели экотуристической деятельности на ООПТ и полный перечень мероприятий, необходимых для их достижения. Данные мероприятия должны быть пере-

числены в порядке приоритетности. По каждому мероприятию необходимо описать, какая квалификация (опыт, знания) необходима для его выполнения, а также определить, кто будет отвечать за его выполнение, сколько времени оно займет и сколько будет стоить.

Кроме того, необходимо предусмотреть систему мониторинга выполнения мероприятий, запланированных в стратегии, оценку их влияния, и, при необходимости, усовершенствования стратегии. Стратегия – динамический процесс.

## Основные компоненты стратегии развития экотуризма

### 1. Туристский продукт и план маркетинга

- Целевые категории посетителей
- Наиболее перспективный ассортимент туристского продукта
- Прогнозируемый туристский потенциал по категориям
- Рынки сбыта
- Анализ конкуренции
- Стратегия ценообразования
- Пути продвижения продукта на туристическом рынке (связи с общественностью, реклама, создание благоприятного имиджа и др.)

Эти вопросы подробно рассматриваются в главах 4.10 и 4.14.

### 2. Концепция и планирование других туристических услуг и инфраструктуры для посетителей

Данный компонент предусматривает ответы на следующие вопросы:

- Как можно было бы улучшить впечатления, получаемые посетителями вашей ООПТ?
- Какие возможности в настоящее время упускаются?
- Что вы хотели бы донести до посетителя?
- Создание системы экологического образования посетителей - выставки, аудио-визуальные материалы, информационные стенды и витрины, экологические тропы, экскурсии под руководством гидов и др. (См. главы 4.5, 4.6).

– Приоритетные шаги по улучшению существующей инфраструктуры или созданию новой. Проконсультируйтесь с экспертами по поводу новейших разработок в области ландшафтной архитектуры и использования местных материалов, определитесь, каких архитекторов и строителей вы привлечете. В максимально возможной степени используйте местную продукцию и услуги.

### 3. Концепция минимизации нанесения ущерба окружающей среде и план управления экотуризмом (включая регулирующий механизм) как составная часть плана управления ООПТ

- Определите механизмы мониторинга экологических воздействий туризма.
- Проведите инвентаризацию природных территорий и экосистем, которые адекватно не изучены. Это особенно важно для тех из них, которые станут туристическими достопримечательностями.
- Определите механизмы управления экотуризмом (они могут включать в себя такие регулирующие мероприятия, как более оптимальное распределение потоков посетителей, разделение территории на зоны, экологическая экспертиза и др.)

Этим вопросам посвящена глава 4.16.

### 4. Финансовый план. Концепция определения и взимания сборов за пользование угодами охраняемой территории (входная плата, лицензии и концессии)

Эти вопросы рассматриваются в главе 4.8.

## 5. Концепция взаимодействия с местным населением

– Определите, на какие сообщества будет распространяться влияние туристической деятельности, и оптимальные формы взаимодействия с ними. Назначьте программу встреч с каждым сообществом, чтобы обсудить их интерес в туризме, и какую роль они хотели бы играть в туристической деятельности в ООПТ.

– Выберите представителей местных сообществ для участия в реализации планов развития туризма и членов экотуристического комитета ООПТ.

– Обеспечьте поддержку тем сообществам, которые хотят получить больше информации о туризме в ООПТ, принимают активное участие в решении этих вопросов, или хотят пройти обучение или получить средства для участия в развитии туризма.

– Регулярно проводите встречи с местными сообществами, чтобы удостовериться, что они действительно получают преимущества от развития туризма и что ущерб их традиционному образу жизни минимален.

Работе с местным населением посвящена глава 4.12.

## 6. Организационный план. Распределение обязанностей между участниками:

– Кто из участников хочет / может взять на себя обязанности, какие именно?

– Кто хочет/может работать в различных сферах туристического бизнеса, в каких именно?

Какие собственные интересы они могут реализовать?

Определите, с какими туроператорами имеет смысл сотрудничать. Выясните, какую роль они могут играть, и разработайте возможные схемы взаимодействия с ними. Аналогично, продумайте пути сотрудничества с частным сектором и др.

## 7. Необходимость обучения и повышения квалификации лиц/организаций, занятых в сфере управления ООПТ и в туризме

– Определите, специалисты какого профиля потребуются для управления желаемым количеством посетителей на ООПТ, и какой квалификацией они должны для этого обладать (включая менеджеров, гидов, инспекторов и др.).

– Определите, какой уровень обучения и повышения квалификации в области туристического менеджмента потребуется для специалистов разного профиля (сотрудники ООПТ, местные гиды и туроператоры, сотрудничающие с ООПТ). Определите, каким образом лучше провести обучение (приезд тренеров на место, участие ваших сотрудников в обучающих курсах и семинарах, или их командировки в те ООПТ, где специалисты уже обладают необходимой квалификацией).

## 8. Планирование финансирования и привлечение средств

– Продумайте схему привлечения финансовых средств на развитие туристической деятельности (собственные средства, кредиты/микрокредиты, гранты, инвестиции, пожертвования и др.)

## 9. При необходимости: разработка стратегии оказания влияния на рамочные условия развития экотуризма

Данные рекомендации не являются универсальным и исчерпывающим «рецептом». Скорее, они должны использоваться как стартовая площадка и общее руководство, которые в процессе работы будут все больше наполняться местной спецификой. Общий процесс разработки стратегии должен быть индивидуальным для каждой ООПТ. Необходимые условия успеха такой работы – творческий подход со стороны участников, участие профессиональных консультантов и наличие финансирования.

Но даже и в этом случае разработанный в итоге документ нельзя считать окончательным: по мере приобретения опыта и знаний будут во множестве возникать вопросы для дальнейшего

переосмысления, равно как и неизбежные ошибки в планировании. Поэтому совершенно необходимы постоянная обратная связь и внесение корректив.

Стратегия развития экотуризма должна быть интегрирована в общие менеджмент-планы охраняемой территории. Наличие этого документа может обеспечить важную информацию для потенциальных доноров, инвесторов и тех, кто может оказать иное содействие развитию экотуризма на ООПТ.

#### **4.5. Нормирование нагрузок при развитии экотуризма**

*В. П. Чижова*

##### ***Изменение ландшафтов под действием рекреации и нормирование нагрузок***

Как известно, снижение качества рекреационных ресурсов часто происходит по причине значительной перегрузки территории отдыхающими, т. е. из-за превышения фактического количества отдыхающих над предельно допустимым. При этом природный комплекс существенно изменяется по сравнению со своим исходным состоянием и теряет способность к саморегуляции и восстановлению. Происходит так называемая рекреационная дигрессия ландшафта – деградация его структуры, которая ведет к утрате не только экологического и ресурсного потенциала, но и к снижению эстетической привлекательности и комфортности среды.

Одним из наиболее эффективных способов предотвращения такой дигрессии традиционно является распределение отдыхающих по территории на уровне допустимых для данного ландшафта рекреационных нагрузок. Однако, несмотря на то, что данная проблема существует и находится в центре внимания ученых уже давно, пока она еще далека от своего принципиального решения.

Обычно под допустимой рекреационной нагрузкой понимается максимальная рекреационная нагрузка, при которой природный комплекс сохраняет свою восстановительную способность. Предлагаемые различными исследователями нормы сильно различаются между собой, а отсутствие единых нормативных документов порой приводит к серьезным трудностям при составлении проектов рекреационного использования территории.

В 70–80-х годах прошлого столетия одной из самых известных и сравнительно несложных методик определения допустимых нагрузок была методика, базировавшаяся на изучении стадий рекреационной дигрессии. В общих чертах эта методика была разработана Н. С. Казанской (1972) и дополнена другими исследователями. Поскольку и в настоящее время она применяется для определения нагрузок на лесные ландшафты, использующиеся для прогулочного отдыха, кратко поясним ее.

Согласно этой методике, для того чтобы определить допустимую нагрузку, процесс рекреационной дигрессии ландшафтов подразделяют на ряд стадий. В ходе изучения рекреационной дигрессии характеризуются все ее стадии без исключения. Но особенно важно установить ту стадию, которая служит порогом устойчивости геосистемы и вслед за которой рекреационный ландшафт теряет способность к естественному восстановлению.

Универсальный документ, утвержденный в качестве отраслевого стандарта (ОСТ 56-100-95 «Методы и единицы измерения рекреационных нагрузок на лесные природные комплексы»), содержит примерные нормы, которые рекомендуется использовать для определения стадий рекреационной дигрессии в зависимости от отношения площади вытоптанной до минерального горизонта поверхности почвенного покрова к общей площади обследуемого участка (табл. 4.4).

*Таблица 4.4*

##### **Доля вытоптанной площади по стадиям рекреационной дигрессии**

Стадии рекреационной дигрессии	I	II	III	IV	V
Вытоптанная площадь в %	до 1,0	1,1–5,0	5,1–10,0	10,1–25,0	более 25,0

В естественных ландшафтах гибель лесного подроста с одновременным замещением лесных видов травянистых растений луговыми и сорными происходит между III и IV стадиями дигрессии. Эта граница считается порогом устойчивости природного комплекса. До этого порога лесная экосистема еще способна самостоятельно восстанавливаться после нагрузок. После превышения порога устойчивости она необратимо разрушается.

Разумеется, различные виды как естественных, так и антропогенно преобразованных ландшафтов обладают далеко не одинаковой рекреационной устойчивостью. Поэтому при определении допустимых нагрузок в конкретных ландшафтах следует производить корректировку общих норм применительно к индивидуальным свойствам каждого из них.

#### ***Особенности изменения ландшафтов на туристско-экскурсионных маршрутах***

Методика определения допустимых нагрузок по стадиям дигрессии основана на внутреннем свойстве природных комплексов – их устойчивости к внешним воздействиям. И следовательно, она учитывает только характер и поведение самого объекта воздействия – природного комплекса – при определенном внешнем воздействии.

Однако само это внешнее воздействие – весьма переменчивый фактор. Различными могут быть виды занятий во время посещения (сравните: тихие прогулки и спортивные игры), транспортные средства (велосипеды или автомашины), сезоны года (сухое жаркое лето или зима с устойчивым снежным покровом), возраст посетителей (пожилые люди или молодежь), а также формы посещения (свободное передвижение по территории или хождение преимущественно только по тропам). Об этой последней форме посещения природной территории стоит поговорить особо.

Главное отличие туристско-экскурсионной деятельности от свободного хождения по территории (при определении допустимых нагрузок) заключается в том, что она осуществляется преимущественно по тропам. Другими словами, если выше речь шла в основном о площадном типе воздействия, то ниже она пойдет о линейном.

На первых этапах линейное воздействие существенно не отличается от площадного. Сначала от вытаптывания страдают лишь наиболее хрупкие представители растительного покрова тропы, а также верхняя часть лесной подстилки. На прилегающей территории заметных изменений в исходном биоценозе практически не наблюдается.

При увеличении количества посетителей ускоряется ход всех процессов. В общем виде эта цепочка выглядит так: рост количества посетителей – уплотнение верхнего горизонта почвы – снижение ее порозности – уменьшение влагоемкости и влагопроницаемости – исчезновение травяного покрова и лесной подстилки – увеличение поверхностного стока – развитие плоскостной эрозии – образование линейных эрозионных форм – разрушение участка тропы – расширение ее за счет соседних участков – расширение всей зоны влияния тропы.

В процессе формирования туристская тропа и смежная с ней территория проходят ряд последовательных стадий. На конечной стадии тропы, как правило, имеет вид широкой дороги с плотно утоптанной и обнаженной центральной осевой частью и с редким травяным покровом из сорных, устойчивых к вытаптыванию, трав по обочинам. На окружающей территории по обеим сторонам тропы можно выделить ряд вытянутых в том же направлении, что и тропа, полос, каждая из которых отличается своим соотношением видов травянистых растений, относящихся к различным экологическим группам (лесные, лесо-луговые, луговые и сорные) и разным проективным покрытием. Ширина зоны влияния тропы может колебаться в значительных пределах: от нескольких десятков сантиметров (если, например, тропа проходит по краю скального выступа) до нескольких сотен метров (обычно на открытой пересеченной местности, где высоко действие фактора беспокойства на особо чувствительных к нему животных).

На рис. 4.3 показан поперечный «разрез» условной тропы, проходящей по злаково-разнотравному лугу. По направлению от оси тропы к ее обочинам меняется не только состав травостоя, но и его фенологическая динамика: чем выше нагрузка, тем раньше наступает время цветения и плодоношения.

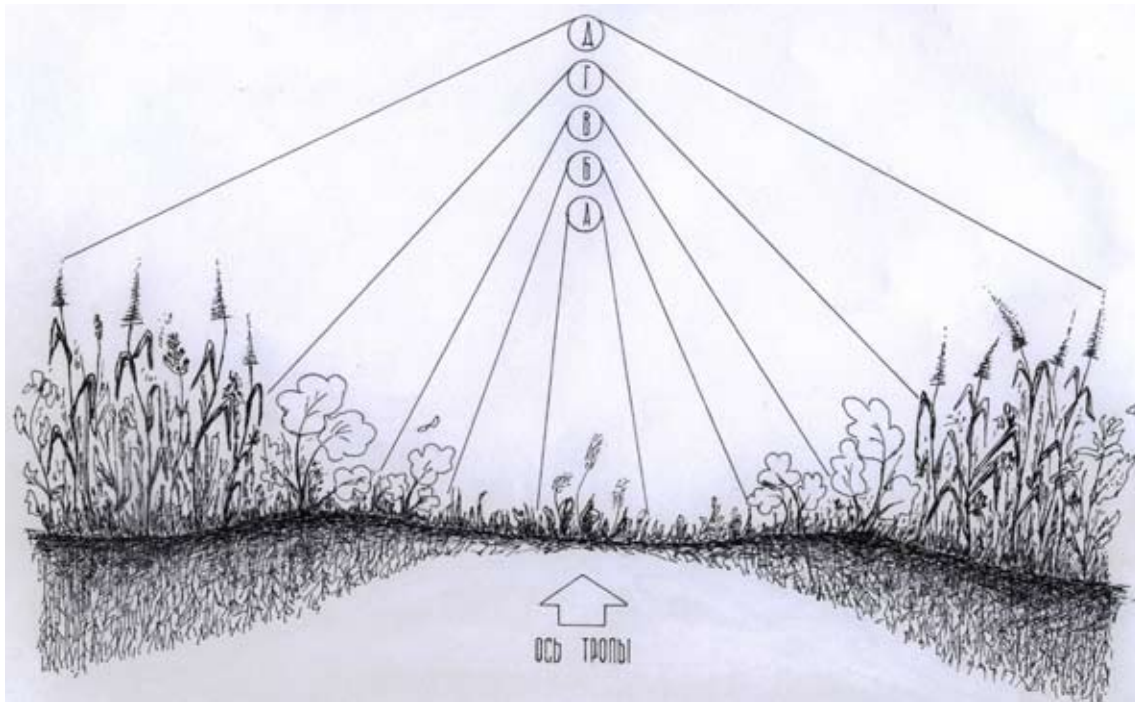


Рис. 4.3. Рекреационная дигрессия растительного покрова вдоль туристской тропы (Чижова, Добров, Захлебный, 1989)

- А – генеративные побеги мятлика лугового;
- Б – вегетативные побеги мятлика лугового;
- В – генеративные побеги манжетки обыкновенной;
- Г – вегетативные побеги манжетки обыкновенной;
- Д – ненарушенный злаково-разнотравный фитоценоз.

Помимо процессов, направленных перпендикулярно оси тропы, развиваются также «продольные» процессы, в частности, концентрация поверхностного стока вдоль тропы. В конце концов это может привести к развитию линейной эрозии и размыву полотна тропы, превратив ее в промоину и даже в овраг.

### ***Определение допустимых нагрузок на туристско-экскурсионную территорию***

Емкость всей туристско-экскурсионной территории складывается из вместимости отдельных туристских маршрутов. Расчет вместимости каждого из них производится на основе сочетания экологических и психокомфортных факторов. На самой тропе при постоянном ее использовании почва с ее структурой и живыми организмами, а также напочвенный растительный покров могут необратимо деградировать очень быстро, практически уже за один летний сезон. И эту деградацию принято относить к разряду так называемых «нормальных потерь», то есть не требующих применения специальных мероприятий по восстановлению на тропе почвенно-растительного покрова. Такая тропа, если на ней не развивается эрозия (что, конечно же, нуждается в проведении защитных инженерных мероприятий), может выдержать практически без ущерба для себя довольно большое число туристов. И потому предельно допустимая нагрузка на нее определяется не столько по экологическим, сколько по так называемым психокомфортным критериям, главным из которых является допустимый уровень контактов. Самое распространенное требование при учете этого фактора – желательное отсутствие звукового и зрительного контакта между отдельными группами туристов или экскурсантов.

Другими словами, при планировании маршрутов необходимо заранее рассчитать расстояние между группами посетителей таким образом, чтобы ни одна из них по возможности не видела



и не слышала другой ни на тропе, ни на стоянке. При этом приходится учитывать множество факторов. Из них основными для тропы являются ее длина и извилистость, сложность и безопасность, ширина зоны шумового влияния, залесенность окружающей местности, вместимость точек обзора, необходимое время для осмотра основных достопримечательных объектов и некоторые другие. Для стоянок необходимо учитывать их благоустроенность, вместимость, наличие воды и дров для костра и т. д. Все это влияет на скорость прохождения, степень восприятия информации, а значит, и на общую расчетную нагрузку.

Однако допустимый уровень контактов между отдельными группами туристов – это лишь одна сторона вопроса. Не менее важно учитывать допустимое число человек внутри каждой группы. А для этого надо знать ее конкретный состав, возраст туристов, соотношение женщин и мужчин. Часто лимитирующим фактором для определения допустимой психоконфортной нагрузки является цель путешествия. Так, если для обычной экскурсионной группы, осматривающей достопримечательности, оптимальным считается число 8–10 человек (при допустимом максимуме 15–20 чел.), то, скажем, для наблюдателей за птицами или другими дикими животными в естественной среде обитания этот уровень не должен превышать 3–4 чел., а то и меньше.

При этом не следует забывать и о некоторых факторах экологического характера. Большую роль играет встречаемость редких и особо ценных видов флоры и фауны, присутствие опасных для человека хищников или особо чувствительных к фактору беспокойства животных, наличие природно-очаговых заболеваний и некоторые другие факторы. Немаловажен учет экологических факторов при расчете емкости стоянок и при определении зоны шумового влияния тропы.

Нами предлагается перечень главных принципов, которые должны быть положены в основу при нормировании нагрузок на туристско-экскурсионные маршруты:

1. Определение экологических и физических факторов, лимитирующих допустимую рекреационную нагрузку, следует проводить отдельно для каждого туристского маршрута.

2. Наряду с экологическими и физическими факторами необходимо учитывать также и психоконфортные.

3. За предельно допустимую нагрузку принимается наименьшая из перечисленных.

4. Фактическую нагрузку на маршрут не следует устанавливать сразу на уровне предельно допустимой, а повышать ее постепенно.

5. Не реже трех раз в год (до начала туристского сезона, в середине его и в конце) следует проводить мониторинг каждого маршрута.

6. В зависимости от состояния маршрута и конкретных социально-экономических условий необходимо проводить ежегодную корректировку допустимых нагрузок.

7. При фактическом превышении допустимой нормы нагрузки следует повысить степень и качество благоустройства территории, а также уровень экологического просвещения туристов.

На практике определение перечня основных лимитирующих факторов сводится к анализу следующих показателей:

1. *Сроки сезона использования* (с учетом периода покоя – выведение потомства у животных, ранимости напочвенного покрова и т. п.).

2. *Ограничения по средствам передвижения* (вместимость лодки/байдарки, вагончика канатной дороги, имеющееся в наличии количество лошадей и т. д.).

3. *Экологические факторы* (ареалы редких видов флоры и фауны, природно-очаговые заболевания, вероятность встречи опасных для человека животных, наличие особо чувствительных к фактору беспокойства животных, влияние осадков на состояние тропы и т. д.).

4. *Психоконфортные факторы* (желательное отсутствие звукового и зрительного контакта между отдельными группами туристов или экскурсантов, предпочтительное количество человек в группе в зависимости от содержания экскурсии и др.).

В зависимости от конкретных природных условий, вида нагрузки (т. е. основного рекреационного занятия или занятий), а также от режима охраны и использования территории приведенный перечень принципов может быть существенно дополнен.

При определении допустимых нагрузок на туристско-экскурсионные маршруты следует всегда помнить, что проблема эта чрезвычайно многофакторна. Причем эти факторы относятся к разным группам: к уже перечисленным выше экологическим, физическим и психокомфортным факторам можно добавить еще и инфраструктурные (степень и качество существующих элементов благоустройства рекреационной территории). И каждая группа или даже каждый фактор характеризуется своими принципами выделения критериев и индикаторов. Их переплетение в рамках решения одной задачи нормирования столь сложно, что порой представляется весьма сложным, или даже невозможным, вычленив один фактор в качестве определяющего.

### ***Нормирование нагрузок в природоохранно-рекреационных ландшафтах***

Описанные выше приемы нормирования рекреационных нагрузок пригодны главным образом для городских лесопарков, пригородных зон отдыха и районов массового туризма. Если же речь идет о рекреационных ландшафтах, находящихся в пределах особо охраняемых природных территорий (ООПТ) типа природного или национального парка, а также о строго лимитируемом туристско-экскурсионном использовании охранных зон или отдельных участков заповедников, то здесь дополнительно принимается во внимание ряд других ландшафтно-экологических факторов, на основании которых рекомендуются щадящие нормы нагрузок. В обобщенном виде они представлены в таблице 4.5.

*Таблица 4.5*

#### **Основные факторы определения допустимых рекреационных нагрузок в различных типах рекреационных и природоохранных ландшафтов**

<b>Факторы, влияющие на определение норм нагрузок</b>	<b>Зона отдыха</b>	<b>Природный парк</b>	<b>Национальный парк</b>	<b>Заповедник</b>
Устойчивость природных комплексов к вытаптыванию	+++	++	+	–
Устойчивость животного населения к воздействию фактора беспокойства	+	++	+++	+++
Характеристика маршрута (длина, извилистость, залесенность и т. д.)	–	+	+++	+++
Функциональное зонирование территории	+	++	+++	(+)
Уровень благоустройства территории	+++	++	+	–
Благоустройство маршрутов и стоянок	–	++	+++	+++
Психофизиологическая комфортность (уровень контактов)	+	++	++	+++
Преобладающий вид рекреации	Массовый отдых	Массовый отдых и самостоятельные экскурсии	Организованный и самостоятельный туризм и экскурсии	Организованный туризм и экскурсии
Усредненные рекреационные нагрузки	10–50 чел./га одновременно	5–25 чел./га в рекр. зоне и до 10 экск. групп на 1 маршрут в день	1–3 группы туристов на 1 маршрут в день	1–3 группы туристов на 1 маршрут в неделю

Значение фактора: +++ высокое ++ среднее + низкое (+) имеет значение в исключительных случаях

Как следует из таблицы, даже в одной группе экологических факторов различные их виды имеют почти противоположную значимость в разных типах природоохранно-рекреационных территорий.

Так, в городских лесопарках и зонах отдыха, т.е. на территориях, значительно измененных человеком, устойчивость природных комплексов к вытаптыванию имеет принципиальное значение при определении норм нагрузок в связи со свободным режимом использования территории. В то же время устойчивость животного населения к воздействию фактора беспокойства здесь не столь важна, так как в этих условиях животное население представлено в основном теми видами, которые приспособились к существованию рядом с человеком (синантропными животными).

В отличие от них, в некоторых национальных парках, а тем более практически во всех заповедниках, открытых для посещения на части своей территории или в пределах охранной зоны, устойчивость природных комплексов не является существенным фактором нормирования нагрузок, поскольку здесь разрешается хождение лишь по строго определенным маршрутам. И потому допустимая нагрузка определяется здесь совсем иначе: по устойчивости животного населения к воздействию фактора беспокойства, благоустройству маршрутов и стоянок, а также психофизиологической комфортности туристов.

### *Мониторинг рекреационных ландшафтов*

В целях поддержания природных и культурных достоинств рекреационных территорий и сохранения достопримечательных объектов необходимо регулярно проводить их мониторинг. Дело в том, что само по себе определение допустимых нагрузок еще не гарантирует сохранения богатства и красоты природы рекреационных ландшафтов. Помимо различных факторов организационного и психологического (в основном поведенческого) характера, которые, несомненно, играют весьма существенную роль в сохранении биологического и ландшафтного разнообразия, ежегодно требуется корректировка планов организации рекреационной деятельности. Основанием для нее как раз и служат результаты мониторинговых исследований, которые отражают состояние рекреационного потенциала территории на данный момент времени и выявляют те причины, что угрожают его снижению.

К сожалению, методических разработок в указанной области очень мало. А если и встречаются, то главным образом работы по зоо- или ботаническому мониторингу, а совсем не комплексные. Нами предложена примерная программа рекреационного мониторинга для всех типов природно-антропогенных ландшафтов, которая при необходимости может быть адаптирована к конкретным условиям местности и к определенным видам рекреационной деятельности.

Прежде всего, необходимо сформировать пространственную структуру мониторинга. Для этого выявляется особая система объектов и ключевых участков, на которых собственно и выполняются наблюдения. Они охватывают все основные типы рекреационных объектов и природных ландшафтов данной территории. Для получения сравнительных характеристик в каждом типе ландшафтов и для каждого вида рекреационной деятельности выбираются не только интенсивно эксплуатируемые ключевые участки, но и эталонные, не затронутые рекреационной деятельностью – своего рода «реперные точки».

Мониторинговые наблюдения могут проводиться с различной периодичностью. При этом если для одних параметров устанавливается строго определенная периодичность, то для других она может варьировать в зависимости от конкретной цели исследования. Так, например, изменение уплотненности почвы целесообразно измерять с периодичностью не менее двух раз в год: перед началом ее интенсивного рекреационного использования и в период максимальной нагруженности. Определение посещаемости какого-либо объекта или ключевого участка в зависимости от цели исследования можно проводить с часовой периодичностью (определение ее динамики в течение светового дня), декадной (определение начала и конца рекреационного сезона) или сезонной (определение общей величины посещаемости данной территории в зависимости от типа рекреационной деятельности).

Данные мониторинга являются надежной основой для принятия решений по текущему управлению рекреационной деятельностью. В свою очередь, система управленческих решений стано-

вится исходной для составления плана дальнейших действий, обеспечивающих сохранение рекреационных ландшафтов, их типичной структуры и характерных режимов функционирования в течение всего времени существования.

Если при постепенном росте нагрузки становится ясным, что ее значения превышают критический порог, то есть если изменения в зоне тропы входят в противоречие, а затем и вовсе становятся несовместимыми с задачами сохранения природной среды, следует применить один из двух способов:

- а) временно или надолго снизить нагрузку (возможно, перенести часть ее на другую тропу);
- б) помочь природе выдержать существующую нагрузку без разрушения ее главных достоинств. Делается это во всем мире практически одинаково – повышением устойчивости ландшафта путем фитомелиорации или благоустройства на благо как людей, так и природы.

Пример определения допустимой рекреационной нагрузки в дельте Волги

Кратко описанные выше основные положения методики определения допустимых нагрузок при развитии туризма и отдыха могут быть применимы для большей части территории страны. Однако на практике нередко встречаются отдельные регионы, где развитие рекреационной деятельности настолько специфично, что здесь необходимо искать другие подходы к нормированию нагрузок. Для примера приведем результаты исследования, проведенного нами в дельте Волги. Как известно, в настоящее время здесь происходит интенсивный и далеко не всегда обоснованный процесс коммерциализации туристско-рекреационной деятельности, который ориентирован, прежде всего, на изъятие биологических ресурсов путем рыбалки и охоты, в результате чего происходит разрушение биотопов и деградация экосистем. Все это ведет к вовлечению в хозяйственный оборот наиболее ценных природных территорий дельты Волги и потере ею уникального природного потенциала.

Значительная доля площади дельты Волги относится к охраняемым природным территориям различных категорий: биосферный заповедник, заказники, памятники природы, особо ценные нерестилища и водно-болотные угодья международного значения.

Остальная территория дельты Волги характеризуется общим режимом использования и охраны природы, не имеющим столь строгих ограничений. Туристско-рекреационный потенциал этой части дельты сравнительно низок по разным причинам: загрязнение водной и воздушной среды стоками или выбросами промышленных предприятий, засоление почв и водоемов и некоторые другие. Здесь расположено множество баз отдыха, частных домов, дачных участков и др., где основными видами рекреационных занятий являются упомянутые выше рыбалка и охота, а также экскурсии по заповедным и околзаповедным территориям.

В 2004–2005 гг. коллектив сотрудников географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова проводил научные исследования по определению допустимых антропогенных нагрузок на природные экосистемы дельты Волги и Ильменно-бугрового района. Работа выполнялась в рамках областной целевой программы «Развитие туризма в Астраханской области». При этом сотрудники географического факультета МГУ выступали основными исполнителями работ. Сбор, оценка и анализ фондовых материалов, проведение полевых исследований по отдельным тематическим направлениям осуществлялись с участием ряда региональных научных организаций и вузов: Астраханского биосферного заповедника, Астраханского государственного университета, Астраханского государственного технического университета и Каспийского научно-исследовательского института рыбного хозяйства.

Учитывая специфику рекреационной деятельности в дельте Волги, для определения допустимых рекреационных нагрузок за основу нами была взята принципиально новая методика, разработанная в системе Службы охраны лесов Министерства сельского хозяйства США в 80-х годах прошлого столетия и принятая к настоящему времени в большинстве развитых стран мира. Она получила название «Методика пределов допустимых изменений» (для краткости – методика ПДИ). В определенном смысле методика ПДИ представляет собой альтернативу прежней методике определения количественных норм нагрузок.

Методика ПДИ основана на определении желаемых для территории природных условий и развитии стратегии управления для достижения поставленных целей. Для этого вся территория разделяется на ряд функциональных зон, иначе называемых зонами землепользования [Широков и др., 2002]. В каждой из этих зон должны поддерживаться желаемые ресурсные, социальные и административные условия.

Процесс определения ПДИ состоит из ряда последовательных шагов. Проведенная автором адаптация методики ПДИ к условиям дельты Волги и Ильменно-Бугрового района [Чижова, 2007] позволила определить конкретное содержание каждого шага применительно к задачам описываемого проекта:

**шаг 1** – общее описание природных и социально-экономических условий региона, в том числе плотности населения, объектов рекреации, ООПТ и др.;

**шаг 2** – выявление сети перспективных ООПТ и объектов, в том числе биосферных полигонов, особо ценных нерестилищ, новых памятников природы и др.;

**шаг 3** – составление карты ландшафтно-экологических районов с учетом существующих и планируемых ООПТ и объектов;

**шаг 4** – определение различных направлений планируемого туристско-рекреационного развития территории: любительский лов рыбы, спортивная охота, познавательные экскурсии, наблюдения за птицами, экскурсии на лотосные поля и т. д.;

**шаг 5** – выбор ресурсных и социальных индикаторов состояния территории для каждого ландшафтно-экологического района: рыбные запасы (в том числе рыбоводные заводы, тоневые участки, рыбозимовальные ямы и др.), запасы охотничье-промысловых животных, разнообразие птиц, уровень браконьерства, перегруженность турбазами и др.;

**шаг 6** – определение различных альтернативных вариантов развития туристско-рекреационной деятельности и составление карты функционального зонирования;

**шаг 7** – установление нормативов по каждому индикатору: нормы вылова рыбы, нормы отстрела животных, желательное расстояние между турбазами (при закреплении за ними водной акватории), предельная мощность лодочных моторов для рыбной ловли и проведения экологических экскурсий (наблюдения за птицами и посещение лотосных полей) и др.;

**шаг 8** – определение комплекса управленческих решений по каждому функциональному району: сравнение существующего положения с планируемым и выделение проблемных участков, где необходима смена направления деятельности; разработка конкретных мероприятий по оптимизации природопользования в каждом районе;

**шаг 9** – разработка методики эколого-рекреационного мониторинга для каждой функциональной зоны в целях принятия ежегодных решений по текущему управлению туристско-рекреационной деятельностью;

**шаг 10** – разработка и принятие региональных нормативно-правовых актов, регламентирующих устойчивое развитие туристско-рекреационной отрасли на территории области.

В целом все шаги можно сгруппировать в три этапа: эколого-рекреационное и функциональное зонирование территории (шаги 1–6), определение комплекса управленческих решений как интегрального выражения допустимой рекреационной нагрузки (шаги 7–9) и создание региональной нормативно-правовой базы для реализации результатов проектной работы (шаг 10). Итоги работы по первому этапу изложены в статье исполнителей проекта А.Н. Иванова и И.А. Лабутиной [2006]. Ниже приводится краткое изложение результатов работ по второму этапу [Чижова, 2007].

Определение комплекса управленческих решений производилось нами отдельно для каждого функционального района. К примеру, для одного из районов, расположенных к юго-западу от Астрахани, характерно сочетание экологических и рекреационных функций. Район находится в западной части дельты, поэтому его ландшафты имеют переходный характер между типично дельтовыми и ильменно-бугровыми. Территория отличается значительной освоенностью, сравнительно высокой плотностью населения и хорошей транспортной доступностью для жителей и гостей Астрахани.

Перспективными рекреационными занятиями здесь признаны летний оздоровительный отдых, любительское рыболовство и охота с рядом дополнительных природоохранных ограничений. Комплекс управленческих решений для данного района включает следующие положения (приводится в сокращении):

- строгое ограничение строительства новых баз отдыха и расширения существующих в связи с их критическим количеством для данного района;
- постепенное внедрение экологического туризма (наблюдения за птицами и экскурсии на лотосные поля) в деятельность существующих баз отдыха;
- установление норм нагрузки для каждого экологического маршрута в зависимости от объекта наблюдения, сезона года, инфраструктуры и других специфических экологических, физических и психокомфортных факторов;
- запрет на посещение участков массового гнездования водоплавающих птиц туристами и отдыхающими в период с 20 марта по 1 июля;
- запрет на лов (спортивный, любительский и промышленный) полупроходных и речных рыб с 20 апреля по 31 мая – в период их массового хода и нереста;
- введение жестких ограничений на мощность и шумовое воздействие лодочных моторов, используемых в туристско-рекреационных целях: запрет использования водных средств с двигателями, уровень шума которых превышает 35 Дбл, а мощность – 30 л.с.
- разрешение использования более мощных моторов (до 150 л.с.) только с целью доставки туристов на базы отдыха;
- благоустройство стоянок для самостоятельных туристов.

В процесс работы по реализации комплекса управленческих решений в дельте Волги должны быть вовлечены все заинтересованные лица и субъекты природопользования на рассматриваемой территории: владельцы баз отдыха и туристских баз, туроператоры и представители турфирм, представители местной власти, а также административные и научные сотрудники ООПТ. Из их числа необходимо сформировать специальные группы для согласования своих интересов, а также для достижения желаемых результатов по поддержанию оптимальных природных условий, планируемому туристско-рекреационному развитию и по приемлемым управленческим методам.

#### ***4.6. Создание и модернизация инфраструктуры для приема экотуристов***

Инфраструктура как комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур, составляющих и/или обеспечивающих основу для решения определенной задачи, имеет огромное значение для развития туризма на любой территории.

Экологическая инфраструктура основана, прежде всего, на сохранении устойчивости естественной среды. Реализация осуществляется с позиций системности на основе ряда геоэкологических принципов (профилактичности, территориальной дифференциации, «мягкого» управления природой, полифункциональности), свойств и функций (целостности, повсеместности, поддержания биоразнообразия, средоформирования, обеспечения поддерживающего развития).

Экологическая инфраструктура должна проектироваться с учетом природных особенностей территории и степени ее антропогенной трансформации.

Строительство различных объектов и сооружений – это особое направление деятельности, серьезно влияющее на успешность развития туризма на проектных территориях. Соблюдение следующих рекомендаций поможет как охране природы, так и повышению комфортности отдыха:

- Объекты туристской инфраструктуры должны как можно меньше нарушать природную экосистему.

– Сооружения должны быть гармонично вписаны в ландшафт, не доминируя над окружающей природой, и соответствовать традиционному местному стилю. По мере возможности, при строительстве объектов инфраструктуры следует максимально использовать местные материалы: камень, дерево, глиняный кирпич и др. Желательно избегать применения чужеродных материалов – например, таких, как асбестовое покрытие, шлакоблоки и др.

– Средства размещения туристов могут быть достаточно скромными, но важно, чтобы они были чистыми и уютными. Экологический турист приезжает в экзотический уголок природы для того, чтобы насладиться общением с природой и местной культурой вдали от каменных джунглей, от роскоши и удобств современной городской жизни. Оборудование одного номера в экотуристском комплексе в некоторых случаях обходится приблизительно в 4–5 раз дешевле, чем в гостинице для «массового» туризма, что дает развитию экотуризма существенное финансовое преимущество.

– Архитектурная программа экологических туристских центров должна включать площадки и хижины, природные тропы с путеводителями для самостоятельного прохождения, информационные центры, наблюдательные вышки и укрытия, гостевые дома или другие объекты размещения, пункты общественного питания, мусоросборники и т. д.

– Дороги и тропы в парке должны быть неприметными: при любой возможности их следует прокладывать по ложбинам, между деревьями и другими элементами ландшафта. Дороги должны соответствовать контурам данной местности и прокладываться таким образом, чтобы свести к минимуму эрозию.

– Дороги не должны проходить через такие уязвимые объекты природы, как, например, места гнездования птиц.

– При проектировании и строительстве зданий и сооружений для туристов следует поощрять применение экотехнологий, в частности:

– размещение установки, использующей солнечную энергию для нагрева воды и других нужд;

– сбор и использование дождевой воды;

– размещение установок, использующих ветряную энергию;

– переработку отходов;

– естественную сквозную вентиляцию вместо кондиционирования воздуха;

– использование продуктов питания местных фермерских хозяйств;

– строительство простых, но хорошо продуманных и удобных кемпингов из тростника, соломы и других местных материалов.

### *Экологические тропы*

Основой инфраструктуры в экологическом туризме являются **экологические тропы**, т. е. экологические маршруты, прокладываемые по наиболее сохранившимся природным территориям и позволяющие наблюдать и изучать природу, не нанося ей ущерба.

Основное **назначение** экотроп складывается из трех взаимосвязанных компонентов: рекреации, обучения и воспитания.

Экологическая тропа как специфическая форма обучения и просвещения обладает многими преимуществами, например:

– благодаря зрительному и эмоциональному восприятию человеком природы активизируется приобретение экологических знаний и навыков;

– открывается возможность привлечения к природоохранной деятельности большого количества людей.

Обустройство экотроп на ООПТ осуществляется в соответствии с Положением об ООПТ, где в разделе «Режим использования территории» указывается, какие участки или кварталы отведены для оборудования экотроп и прочего рекреационного обустройства. Участки, рекомендованные

к использованию в туристско-рекреационных целях (в частности, для создания экотроп), обозначаются в эколого-экономическом обосновании, предшествующем созданию ООПТ. После выхода Постановления правительства о создании ООПТ режим, прописанный в эколого-экономическом обосновании, вносится в Положение об ООПТ. Дальнейшее оборудование экотроп и рекреационное обустройство осуществляется в соответствии с утвержденным Положением, при этом выделение земельного участка не производится, согласований и экспертиз не требуется.

Для создания новой экотропы, не предусмотренной в существующем Положении об ООПТ, необходима экспертиза на уровне, соответствующем уровню ООПТ (в случае федеральных ООПТ – Федеральная экологическая экспертиза, для региональных ООПТ – региональная экспертиза). Для прохождения экспертизы готовится проект-обоснование, в котором указывается необходимость конкретной экотропы на данном участке, ее планируемое обустройство (мостики, настил тропы, аншлаги и пр.). Комплект документов, необходимых для прохождения экспертизы, приводится в Законе об экологической экспертизе. По результатам экспертизы выдается Заключение, и дальнейшее обустройство экотропы ведется в соответствии с утвержденным проектом.

### ***Типы и особенности экологических троп***

Экологические тропы различаются по длине маршрута, его продолжительности, трудности прохождения, сложности предлагаемой информации, по форме. Как и туристские маршруты, они могут быть линейными, полукольцевыми, кольцевыми и радиальными. С точки зрения восприятия ландшафта и получения информации, первые три типа (линейный, полукольцевой и кольцевой) предпочтительнее четвертого.

Преобладающим способом передвижения является пеший, но при наличии соответствующих природных условий создаются «тропы» для водных туристов, лыжников, велосипедистов, любителей верховой езды или даже для автомобилистов (например, в природном парке «Волго-Ахтубинская пойма»).

Основным критерием классификации экологических троп является их назначение.

**Познавательного-прогулочные экотропы**, или тропы «выходного дня», должны иметь протяженность 4–8 км, начинаться поблизости от входа в природный парк или от туристской базы. Продолжительность экскурсии, которая может проводиться с гидом или самостоятельно с путеводителем, обычно составляет 3–4 часа.

**Познавательного-туристские экотропы** имеют значительно большую протяженность (от десятков до сотен километров) и продолжительность прохождения. Их можно проложить на проектных территориях как водные или конные экотропы с привязкой к местам стоянок или существующим турбазам. Посещаются такие экотропы либо с проводником, либо самостоятельно. В последнем случае необходимо тщательно размечать на местности (маркировать) маршрут, а группы туристов снабжать буклетами, в которых представлена информация о технике безопасности и правилах поведения туристов в природе.

Собственно **учебные экологические тропы**, т. е. маршруты для экологического образования, не должны быть протяженностью более 2–2,5 км и продолжительностью более 3-х часов. Проводятся они, как правило, под руководством гидов-экскурсоводов, ученых-натуралистов, специалистов-экологов. Это могут быть сотрудники природных парков, специально подготовленные экскурсоводы или учителя.

Экологические тропы должны также служить для временного и пространственного распределения потоков посетителей во избежание перегрузки наиболее привлекательных и поэтому часто посещаемых участков охраняемой природной территории. Необходимо учитывать допустимое количество туристов в каждой группе. Для обычной экскурсионной группы, осматривающей достопримечательности, оптимальным количеством будет 8–10 человек (при допустимом максимуме 15–20), для наблюдателей за птицами или другими дикими животными в естественной среде – 3–4 человека.



Желательно начинать с малой нагрузки и, постепенно повышая ее, постоянно следить за состоянием маршрута. При появлении первых признаков деградации природы вдоль полотна тропы или вокруг стоянок необходимо либо снизить нагрузку, либо применить ряд мероприятий по благоустройству, направленных на повышение устойчивости территории к внешнему воздействию. Фактическую нагрузку на маршрут не следует устанавливать сразу на уровне предельно допустимой, а повышать ее постепенно и постоянно осуществлять мониторинг каждого маршрута.

**Главным критерием** при организации экотроп и выборе маршрута является их рекреационно-эстетическая и информационная полезность. Конкретный выбор трассы зависит от местных условий: типа ландшафта, рекреационной нагрузки, инфраструктуры и пр. Обязательно наличие трех главных составляющих экологической тропы: привлекательность, доступность и информативность.

**Привлекательность тропы** связывается с красивым пейзажем, гармоничным сочетанием живой и неживой природы, разнообразием растительного и животного мира, своеобразием особо привлекательных объектов и природных явлений.

Каждая тропа должна быть не похожа на другие. Это своеобразие достигается тем, что ее специально прокладывают рядом с особо привлекательными природными объектами. Для каждой тропы можно разработать свой стиль, который будет использован при создании мостиков-переходов, стоянок, маркировочного знака тропы и т. п. Если экологическая тропа включает водный маршрут, то необходимо устройство небольших причалов и площадок для отдыха, которые можно соорудить из подручных средств.

Тропа не должна быть монотонной. В процессе выбора трассы и благоустройства территории необходимо чередование открытых и закрытых пространств, характерные ландшафты должны сменяться экотонами, то есть переходными полосами типа лес-поляна, озеро-берег и т. д.

Большое значение при выборе трассы тропы имеют контрастность и ритмичность. Контрастность проявляется в резкой смене практически нетронутых участков природы с набором видов флоры и фауны, с одной стороны, и полностью преобразованных человеком территорий, с другой. Ритмичность проявляется в чередовании повышений и понижений рельефа, остепненных участков и заболоченных ложбин и т. д.

При выборе трассы тропы, наиболее привлекательной для посетителей, важно, чтобы были соблюдены природоохранные требования. Маршрут следует планировать таким образом, чтобы он обходил стороной те места, где встречаются редкие виды растений и животных, занесенные в Красную книгу России и региона. Знакомство посетителей с редкими растениями и животными данной местности может спровоцировать акты браконьерства.

**Доступность для посетителей** – одно из главных требований при проектировании тропы. Необходимо, чтобы начало тропы находилось поблизости от входа в природный парк или мест дислокации туристов (турбаза, лагерь и т. д.). Для некоторых природных парков актуально начинать тропы от паромов.

Сама трасса не должна быть очень сложной, так как в противном случае это ухудшает восприятие пейзажа. Нежелательны длинные переходы между точками-остановками, длительное нахождение на открытом солнце. Чрезмерная физическая нагрузка, в конечном счете, может помешать человеку наслаждаться пейзажем, не способствует она и усвоению новой информации. Поэтому по трассе тропы должны быть оборудованные смотровые площадки, совмещенные с площадками для отдыха, особенно на открытых пространствах, где обязательно устройство примитивных навесов.

**Информативность** отличает экологическую тропу от обычного туристского маршрута.

### *Информационное обеспечение экологических троп*

Природные тропы посещают не только организованные, но и самостоятельные группы или отдельные отдыхающие. Чтобы удовлетворить их познавательные потребности, на самой тропе

устанавливают указатели, особые сооружения в виде информационных стендов или аншлагов, а также маркировочные знаки.

Информативность тропы повышается благодаря устройству особых информационных сооружений – *аншлагов*. Входной стенд – своеобразные «ворота тропы». Именно на входном аншлаге туристы должны получить общую информацию о форме и длине маршрута, об основных природных и культурных достопримечательностях и правилах поведения на тропе. Здесь же помещают оперативную информацию – «Новости тропы», касающуюся именно данного сезона, сведения о наличии особых сложностей в прохождении маршрута, о том, есть ли в это время года клещи, много ли комаров и других насекомых и т. д. Вход на тропу должен быть хорошо заметен от остановки транспорта или с ближайших подступов к началу тропы.

Информация на входном аншлаге должна быть конкретной и достоверной. И если на нем написано что-либо на тему «как прекрасен этот мир», то справа и слева, впереди и даже сзади стоящего перед стендом посетителя мир должен и в самом деле соответствовать этим словам, то есть быть образцом красоты природы, а вовсе не вытопанной, да еще и замусоренной площадкой.

Щит укрепляется вертикально, горизонтально или лучше под наклоном, чтобы удобнее было читать. Способ подачи информации зависит от контингента посетителей. Если тропа создается для дошкольников и младших школьников, следует дать больше рисунков, можно забавных. На тропах для взрослых текст, как правило, преобладает над рисунками, но зато большое внимание уделяется его художественному оформлению, размеру букв, сочетанию различных шрифтов. Говоря о природных особенностях окружающей территории, необходимо избегать излишне сухой информации. Для усиления эмоционально-воспитательной роли можно дать текст в поэтической форме.

Одним из основных источников информации на тропе является *буклет, или буклет-путеводитель*. Особенно велика его роль для тех троп, которые предназначены в основном для самостоятельного прохождения. Здесь буклет играет роль своего рода личного проводника. Это касается не только ориентирования на местности, но и – главным образом – передачи экологической информации от организаторов тропы к ее посетителю. Неоценима роль буклета для экскурсоводов и проводников, особенно тех, кто только начинает водить группы туристов. В Приложении 1 приведен пример буклета-путеводителя по маршруту образовательного туризма – «Историко-культурное наследие Волго-Ахтубинской поймы».

Буклет может состоять из следующих частей:

А. Общие сведения

1. Название тропы и ее местонахождение; авторы разработки.
2. Основное содержание (ботаническая, геологическая, комплексная и т. п.).
3. Характер маршрута (кольцевой, полукольцевой, радиальный).
4. Назначение (на какие категории посетителей рассчитан маршрут – школьники, туристы, экскурсанты и т. д. Если предполагаются различные категории, этот пункт можно не указывать вообще).
5. Длина маршрута (в метрах или км) и средняя продолжительность (в часах или днях пути, учитывая и остановки).
6. Сроки функционирования тропы (например, с начала июня по конец сентября).
7. Максимальное количество человек в группе; с чем связано ограничение (вместимостью видовой площадки, психокомфортным пределом и т. д.). Каков лимит экскурсионных групп в неделю или в месяц.
8. Допустимые нагрузки по различным периодам внутри экскурсионного сезона (если в какой-то период внутри сезона необходимо снизить нагрузку – например, в период гнездования птиц).
9. Возможность прохождения тропы без экскурсовода. Как тропа промаркирована. Что необходимо иметь с собой из одежды (например, специальную одежду, если на тропе планируется посещение пещеры) или обуви (например, резиновые сапоги, если имеются заболоченные участки без специального деревянного настила).

10. Особые правила поведения на тропе (в дополнение к общим правилам поведения в данном национальном парке или заповеднике; например, не сходить с тропы, не подходить к краю обрыва, соблюдать меры предосторожности, чтобы не наступить на змею и т. п.).

#### Б. Графические материалы

Графические материалы тропы должны быть выполнены в виде схемы с нанесением рельефа, растительности, водных объектов, дорожно-тропиночной сети, различных памятников, всевозможных строений и маркировочных знаков).

#### В. Детальное описание тропы

Тематические рассказы по точкам-остановкам

Описание по точкам должно быть краткое (более подробное – в фондовых материалах проектных территорий как пособие для экскурсовода), в среднем, от 0,5 до 1 стр. Все специальные научные, а также местные термины должны иметь пояснения. Виды растений и животных даются только в русском наименовании (латынь – в «материалах...»). Из всех существующих в природе фактов приводятся только наиболее интересные и увлекательные. По возможности все это иллюстрируется цветными или черно-белыми фотографиями и (или) рисунками. Рисунки могут быть забавными, но и в этом случае не теряющими своей схожести на «оригинал».

Хотя тропы по охраняемым территориям имеют в основном природное содержание, при возможности необходимо обращать внимание и на исторические факты или объекты. Такие события и объекты, как правило, всегда связаны с историей территории, по которой проложена тропа, и помогают лучше понять ее становление и современную деятельность.

#### 2. Описание тропы между точками-остановками (намного короче, чем описания по точкам):

– направление движения (налево, направо, прямо, чуть влево и т. д., а также по сторонам света, не «увлекаясь» последними);

– основные ориентиры по ходу движения (например, прямо перед нами открывается вид на маковку церкви или на вершину горы);

– расстояние и продолжительность хода;

– на что обратить внимание посетителей по ходу с точки зрения новой информации о природе, истории, а также в отношении безопасности пути.

### *Формирование маршрутной сети и благоустройство экотроп*

Целесообразно объединять отдельные экологические тропы в единые сети, что позволит регулировать поток посетителей во времени и пространстве во избежание перегрузки наиболее привлекательных и поэтому часто посещаемых участков.

Важнейшей особенностью формирования маршрутной сети является возможность гибко комбинировать использование отдельных участков экологических маршрутов в соответствии с потребностями конкретных целевых групп (учитывая возраст и состав группы, круг интересов участников экскурсии) и объективными факторами (конкретные погодные условия, наличие транспорта и т. п.).

Предпочтительнее организовывать кольцевые маршруты, по которым движение посетителей осуществляется только в одну сторону. Это облегчает работу экскурсоводов, создает у посетителей впечатление новизны ландшафта.

Как известно, составной частью системы мероприятий по поддержанию устойчивости территории к туристским нагрузкам является ее **специальное благоустройство**. В условиях особо охраняемой природной территории, особенно в пересеченной местности, сложно определить даже самые приблизительные нормы количества объектов благоустройства на единицу площади. Каждый маршрут сугубо индивидуален, и потому едиными для них могут быть лишь **требования**, которым должны удовлетворять объекты благоустройства:

– **простота** – отсутствие вычурности и украшательства, уместных скорее в городских парках культуры и отдыха, нежели на заповедных маршрутах;

– **долговечность** – крайне необходимое качество, особенно в экстремальных климатических условиях;

– **дешевизна** – большое количество самодеятельных туристов на некоторых маршрутах обуславливает слабую сохранность объектов благоустройства и вызывает необходимость регулярного ремонта сооружений;

– **аккуратность** – небрежность в работе, незаконченное строительство или разбросанный строительный мусор повышают риск вандализма;

– **удобство для посетителей** – все искусственные объекты на тропе должны быть сооружены по принципу «и для людей благо, и природе полегче»;

– **гармоничность** – все должно быть по возможности «вписано» в окружающий ландшафт, составляя с ним единое целое и неразрывное как по форме, так и по содержанию.

Рядом с тропами целесообразно выделять защитную зону, которая будет скрывать неэстетичные элементы пейзажа и сохранять особо уязвимые ландшафты, а также не допускать преобразования прилегающей к тропе территории хозяйственной деятельностью человека. Ширина этой зоны может быть разной. Если тропа проходит через лес, под защитную зону отводят по несколько метров с обеих сторон от нее. Если вокруг разреженный лес или открытое пространство, зону увеличивают до десятков метров.

Большое значение для обустройства троп имеет выбор мест смотровых площадок.

Для наблюдения за животными выбирают видовые площадки с хорошим обзором мест их частого появления (свежие норы, многочисленные следы на мокром песке, гнезда и т. д.) и вместе с тем расположенные так, чтобы не нарушать покой зверей и птиц. Посетителям можно предложить бинокли или подзорные трубы. На самих площадках сооружаются специальные укрытия (смотровые вышки или скрадки), чтобы присутствие людей не тревожило животных.

Если на местности естественных обзорных точек нет, сооружаются искусственные. Это могут быть специальные вышки с винтовой лестницей внутри или снаружи сооружения (по типу триангуляционного пункта). В качестве обзорной точки могут использоваться обычные мосты через речки или так называемые горбатые мостики через ручьи, высокие деревья.

Для того чтобы посетитель смог встретиться на экологической тропе с возможно большим числом видов растений и животных, в отдельных случаях в пределах видимости на тропе можно высадить типичные для данной территории виды растений и привлекать птиц кормушками и дуплянками. Рядом с тропой можно организовать специальные геоботанические площадки. Кроме чисто познавательных целей, такие площадки выполняют и естественнонаучную роль, являясь своего рода генетическими банками. Помимо редких растений, здесь должна быть представлена типичная для данных мест флора (декоративные, лекарственные, пищевые, кормовые, ядовитые, а также водные растения). Однако для обеспечения сохранности таких площадок их целесообразно создавать преимущественно вблизи экологического лагеря. Эту работу под руководством ООПТ могут выполнять школьники.

Помимо ботанических, можно создать зоологические площадки, или вольеры. Их создание не только помогает удовлетворить познавательно-рекреационные потребности посетителей, но и способствует выполнению законов и постановлений об охране диких животных.

При формировании новых маршрутов необходимо сразу правильно обустроить экологические тропы (прокладывать дорожки, сооружать лестницы, мостики и т. д.), а также места отдыха и площадки наблюдения.

*Первый этап* – обустройство дорожного полотна, мест отдыха на тропах и смотровых площадок. Благоустройство дорожного полотна представляет собой создание твердого покрытия по трассе тропы, которое помогает посетителям не промочить ноги, кроме того, если настил приподнят, то он позволяет увидеть окружающий ландшафт в новом ракурсе.

Ширина в 75 см предназначена для прохода одного человека, а при ширине 1,5 м по тропе могут комфортно передвигаться два человека. Для экономии материалов и средств предпочтительнее принимать ширину троп в 75 см.

Выбор материала дорожки и настила зависят от функциональных и природных особенностей маршрута. Наиболее целесообразно использовать для дорожного строительства местные материалы.

Лежащие на грунте настилы целесообразно делать из деревянных плах толщиной не менее 40 мм либо полубрёвен.

Возможно использование вместо поперечных бревен старых покрышек от колес. Они долговечны, хорошо держатся на болотной поверхности и, при достаточной ширине настила, могут быть целиком под ним скрыты. С точки зрения экологии они достаточно безопасны в силу большой химической инертности материала.

Дорожное полотно может быть выполнено в виде пошаговых дорожек, которые выглядят как отдельные плоские деревянные бруски или плитки, расположенные на расстоянии шага друг от друга. Они идеально вписываются в естественное природное окружение и достаточно долговечны при условии правильной технологии и хорошего качества плитняка.

Если тропа пересекает уязвимые участки, например, с однолетними травами или водно-болотными угодьями, то можно огородить тропу с обеих сторон деревянными перилами или канатным леером. Приподнятый над уровнем земли деревянный настил также позволит туристам осмотреть объект без непосредственного воздействия на него.

На спусках и подъемах в отдельных местах необходимо сооружение ступенек, либо лесенок с перилами.

Лестницы могут быть установлены в местах, где уклоны составляют более 20%. Они могут быть деревянными, грунтовыми, металлическими, с применением природного камня или деревянных спилов. В частности, для Волго-Ахтубинской поймы, которая ежегодно затапливается, предпочтительнее применение металлических лестниц, несмотря на то, что они достаточно дороги в производстве. Их преимуществом является долговечность и более тонкие металлические опоры, которые при установке меньше повреждают корни растений.

Если тропа идет по влажным заболоченным местам, целесообразно сооружение гатей (настил из веток, древесных остатков, на слегка утрамбованном торфяном грунте) и лежневок (дорога по болоту, основанием которой служит продольные или поперечные бревна). В определении этих терминов у разных авторов есть расхождения, но можно согласиться с тем, что и тот, и другой тип дороги представляет собой настил, который дает возможность не только комфортно пройти по участку с избыточным увлажнением, но и помочь защитить от повреждений корни деревьев, сохранить интересные виды растительности напочвенного покрова.

Через ручьи и речки целесообразна прокладка простых мостиков.

Переправы через водные потоки могут быть совсем незаметными – в виде обычного мостика несложной конструкции, либо представлять особенный элемент ландшафта в качестве подвесного моста. Например, в Волго-Ахтубинской пойме в условиях ежегодного затопления предпочтительнее применение навесных мостов, которые просты в изготовлении.

Благоустройство мест для отдыха на тропах – это организация скамеек, расположенных в удобных местах, на которые посетители могут присесть и отдохнуть, понаблюдать за природой. Скамейки могут быть сделаны из досок, целого бревна или бревна, распиленного пополам.

Смотровые площадки могут быть открытыми и закрытыми. Закрытые смотровые площадки дают возможность понаблюдать за дикими животными в природе, увидеть их на близком расстоянии. Для наблюдения за неопасными животными смотровые площадки можно оборудовать в местах их скопления из местных материалов (камыш, ветки деревьев).

Открытые смотровые площадки, как правило, располагаются на возвышении и представляют собой беседки, грибки и простые навесы.

Кроме этого, существует вид открытых приподнятых площадок, с которых легче увидеть болотных птиц, обычно скрывающихся в траве.

Все эти сооружения призваны не только обеспечивать безопасность посетителей, но и давать ощущение комфорта и заботы о них со стороны организаторов маршрута.

*Второй этап* – информационное насыщение тропы: установка стендов, указателей и т. д., помогающих посетителю увидеть достопримечательности и получить о них достаточную информацию.

При обустройстве экологических троп сложился определенный стандарт минимального информационного обеспечения. Он предполагает наличие информационных стендов – указателей направления и расстояний, архитектурных групп в начале и в конце маршрута. Однако не существует правила, согласно которому нельзя придумать что-то свое.

Хорошее впечатление оставляют у посетителей различные игровые или интерактивные «задачи» – звучащие стволы деревьев, спиленные пней, демонстрирующие шкалу времени по годовым кольцам, детские экологические площадки.

Там, где это уместно, можно установить скульптурные композиции, выполненные из материала, наиболее органично вписывающегося в окружающий ландшафт.

При обустройстве экологического лагеря предпочтение следует отдавать именно таким скульптурам и лесной мебели. Оборудование мест отдыха также должно соответствовать духу тропы и оформляться в едином художественном стиле.

Национальные парки посещает большое число неорганизованных туристов, и для того, чтобы минимизировать их воздействие на окружающую среду, необходима установка предупреждающих аншлагов; тропы и маршруты должны быть промаркированы. Наиболее подходящие маркировочные знаки – указательные, предупредительные, запрещающие и направляющие.

Туристская маркировка — это система условных обозначений, которые наносятся на различные предметы или устанавливаются на местности для разметки рекомендуемых маршрутов туристских путешествий, походов и прогулок. Она включает различные виды марок, направляющих стрелок, указателей маршрутов и иных знаков, которые в своих символах, форме, цвете и буквенно-цифровом коде несут необходимую для туриста путевую информацию о направлениях и расстояниях до объектов туристско-экскурсионного осмотра и обслуживания, о местах, предназначенных для привалов, естественных препятствиях и опасных участках, о рекомендуемых или запрещаемых формах поведения туристов на маршруте.

Работа по маркировке маршрутов не требует сложного инвентаря и значительных средств и может быть с успехом проведена силами самого парка, волонтеров или экологического лагеря.

Маркировка обеспечивает усиление охраны природы. Это происходит в результате того, что маркировка концентрирует посетителей на дорожной и тропиной сети, готовых лагерных и костровых площадках, заранее подготовленных к посещению туристами территориях, и способствует переносу основной нагрузки на природу с больших площадей на ограниченные участки.

Маркировка содействует повышению пожарной безопасности в лесах, борьбе с самовольными порубками, создает более спокойные условия обитания для птиц и зверей. Ее условные знаки могут ограничить передвижение по природному парку, запретить сход с тропы, громкие крики, пользование радиоприемником, известить о приближении к наиболее интересным объектам флоры и фауны. И все это может быть выполнено в каком-то одном необычном стиле.

Общий дизайнерский замысел определяет и технологию устройства будущих объектов. Следует помнить, что существуют определенные технологические ограничения при работе с разными материалами. Черный металл необходимо красить. Алюминию и другим цветным металлам целесообразно оставлять их естественный цвет, так как любая покраска рано или поздно начнет отслаиваться. Большинство пластиков (оргстекло, поликарбонат) плохо поддаются покраске. Дереву в большинстве случаев целесообразно оставить его неповторимую естественную текстуру.

### ***Обустройство стоянок***

Кроме самих маршрутов на проектных территориях необходимо обустроить специальные места для палаточных лагерей, кемпингов (стоянок). Они необходимы там, где бывают большие

скопления неорганизованных туристов, а также в местах ночевки при прохождении маршрутов. Стоянки, как и экотропы, должны быть оборудованы в определенном стиле и гармонично вписываться в природный ландшафт парка. Их необходимо оснастить местами для кострищ, мангалами, сухими дровами, туалетами, мусоросборниками, умывальниками, столами, скамейками, возможно, разделками, душевыми и т. п. Площадки под установку палаток должны быть очищены от упавших или сухих деревьев, по возможности защищены от ветра деревьями или кустарником.

Можно выделить детские площадки, предоставлять дополнительные услуги по снабжению продуктами питания, вывозу мусора, охране и т. д.

Для информированности посетителей о местоположении оборудованных стоянок при въезде в парк должны быть установлены информационные щиты с нанесенными на них схемами расположения стоянок и подъездных путей к ним.

При оборудовании водных маршрутов необходимо на стоянках дополнительно обустроить спуски к воде, мостики для купания. Их можно сделать из подручных средств, например, из использованных пластиковых бутылок, которые можно найти на берегу, или другой пластиковой тары.

При осуществлении экологических путешествий забота об охране окружающей среды в первую очередь должна осуществляться через рациональное использование природных ресурсов и минимизацию загрязнения, которое неизбежно в случае присутствия человека на природе.

Поэтому при **приготовлении пищи** в полевых условиях на стационарных стоянках в качестве топлива лучше использовать газ или бензин. При этом необходимо принять меры по их экономному расходованию: использовать крышки на посуде, автоклавы, скороварки и т. д., сооружать ветрозащитные и теплоотражающие экраны. Использование дровяного топлива (валежник, сухостой) ведет к вмешательству в естественное течение природных процессов, приводит к образованию отходов горения и часто является причиной лесных пожаров. Кроме того, это значительные траты времени и сил на поиск дров, растопку, чистку посуды от нагара.

Для **стирки белья и мойки посуды** необходимо минимизировать использование горячей воды. Для этого следует: 1) мыть всю посуду сразу, а не по отдельности – это приводит к сокращению затрат энергии на нагревание воды и уменьшает количество загрязненной после мойки воды; 2) мыть посуду вечером, после дневного перехода (а до этого транспортировать ее в отдельном мешке); 3) остатки грязной воды от мойки посуды выливать в специальную ёканавку, предварительно сняв с нее растительный слой, который по окончании использования положить на место.

Не рекомендуется использовать одноразовую посуду – лучше отдать предпочтение индивидуальной разноцветной пластиковой многоразовой посуде.

В стирке и мойке необходимо использовать средства, не содержащие фосфор (маркированы как КР) или содержащие его в малом количестве (Р).

Стирать и мыть посуду следует на расстоянии не менее 50 м от ближайших водных объектов.

Стирку белья в походных условиях нужно осуществлять в канавках, изолированных от грунта полиэтиленовой пленкой, также с предварительным снятием и возвращением на место растительного слоя.

**Умываться** в полевых условиях на маршруте проще всего из импровизированного умывальника, выполненного из канистры или пластиковой бутылки, привязанной к дереву в стороне от бивуака.

Для принятия ванн в полевых условиях необходимо при подготовке площадки выбрать понижение (в рост человека) и набирать воду после устройства экрана из полиэтилена. Для сохранения тепла сверху можно установить тент от палатки.

**Туалеты** типа «мальчики налево, девочки направо» (англ. эквивалент free disposal) в зонах экотуризма неприемлемы, так как человеческие фекалии могут стать причиной кишечных заболеваний диких животных. Помимо этого, такие туалеты создают значительные неудобства для самих туристов.

Туалетные ямы также непригодны, так как могут быть использованы только в местах с глубоким залеганием грунтовых вод. Они не должны находиться рядом с водными объектами или в понижениях рельефа.

Поэтому на стационарных стоянках для отдыхающих целесообразно устанавливать биотуалеты, для линейных многодневных маршрутов на фиксированных бивуаках предпочтение может быть отдано все-таки туалетным ямам с устройством непроницаемого экрана и запасом грунта в качестве изолирующего материала.

### ***Строительство приютов, отелей, оборудование лагерей и бивуаков***

При строительстве необходимо широко использовать теплоизоляционные материалы – например, фольгу в стенах и крышах приютов, хижин. Эти меры ведут к экономии энергии, топлива и повышают комфорт для туристов.

Расположение окон и дверей должно быть увязано с преобладающими направлениями местных ветров, иначе сквозняков, разбитых стекол и потерь тепла не избежать. Занавеси и шторы на окнах работают как отражатели тепла в холодную погоду и мешают проникновению прямых солнечных лучей в жаркую.

Веранды домиков, балконы этажей отелей и тамбуры палаток – эффективное и популярное среди туристов средство регулирования температуры в помещениях.

Необходимо шире использовать нетрадиционные природные источники энергии: ветер, течение воды, солнечные лучи и т. д.

Для освещения помещений наиболее хороши флуоресцентные лампы, работающие на перезаряжающихся батареях, энергосберегающие лампы.

Отопление в домиках, корпусах не должно быть центральным, так как нет необходимости в обогреве всех помещений здания в одно время. Хорошо себя зарекомендовали самостоятельные обогреватели, различные термостаты, таймеры нагревания. Таким образом, обеспечивается индивидуальное отопление каждой зоны (холл, бар, подсобные помещения), комнаты.

Использование открытого огня для отопления (камины, жаровни) неэффективно, хотя и привлекает туристов. Их использование может быть оправдано только для небольших баров и ресторанов.

Следует активнее использовать бытовые приборы, работающие на встроенных солнечных батареях или с низким потреблением электроэнергии (калькуляторы, часы и т. д.).

**Умывание, душ** требуют до половины всей горячей воды, используемой в обслуживании туристов. Поэтому в стационарных условиях вполне логично использование дозаторов на сантехнике. Наиболее эффективны устройства, обеспечивающие подачу от 6 до 9 литров воды в минуту.

Во избежание хлопот с упаковкой лучше использовать жидкое мыло, шампунь, помещаемые в специальные емкости с дозаторами.

В случаях, когда грязная вода сливается прямо в водоем, использование шампуня и мыла не рекомендуется. Грязная вода, содержащая мыло или шампунь, должна быть рассеяна на расстояние не менее 50 м от ближайшего водоема.

Для экономии воды и энергии при стирке менять полотенца и постельное белье лучше по просьбе гостей, а не постоянно.

Выбор между бумажными полотенцами, электросушилкой или тканевыми рулонными полотенцами лучше доверить гостям, так как нет исследований, доказывающих превосходство одного из этих средств с природоохранной точки зрения.

Необходимо шире использовать летние души, где вода в темных баках нагревается солнечными лучами.

### ***Утилизация отходов кулинарии***

Большая часть отходов растительной пищи может быть утилизирована самой природой, чего не скажешь об отходах животного происхождения. Необходимо избегать попадания жиров и масляной пищи в бессточные водоемы.



Использование компостных ям требует знаний и навыков, так как они часто становятся источником неприятного запаха и газа. Но если эти ямы существуют, то должен быть запас изолирующего грунта

#### ***Утилизация изделий из стекла, пластмассы, металла***

Стекло и пластмасса практически не могут быть утилизированы природой – это вечные отходы, которые необходимо только эвакуировать. Ни в коем случае нельзя сжигать пластмассу, так как при горении выделяются чрезвычайно вредные соединения и вещества.

Следует избегать использования металлических емкостей, особенно с аэрозолями. Металлические емкости из-под краски и химикалий необходимо эвакуировать.

Сбор твердых бытовых отходов на стационарных стоянках отдыхающих и фиксированных стоянках маршрутов лучше осуществлять в мусоросборники с регулярным их освобождением.

### ***4.7. Финансирование развития экотуризма: государственный и частный сектор, международные источники (выдержки из книги П.Игелс, С.МакКул, К.Хайнс «Устойчивый туризм на охраняемых природных территориях. Руководство по планированию и управлению», 2002)***

#### ***Финансовые взаимоотношения между государственным и частным сектором***

Развитие экотуризма на ООПТ и управление им требует финансовых ресурсов, но большинство служб ООПТ используют лишь незначительную часть возможных источников финансирования. Набор используемых источников финансирования и процентное соотношение финансов, получаемых из них, является и результатом широких общественных усилий, и индивидуальной инициативы менеджеров ООПТ. Использование на ООПТ той или иной схемы финансирования зависит от исторических предпосылок, структуры и возможностей службы ООПТ. Несмотря на то, что в функции управления ООПТ входит обеспечение туристического сервиса, часто существуют правовые ограничения, которые не позволяют охраняемой территории эффективно организовать работу. В этом случае коммерческий сектор может лучше справиться с предоставлением услуг посетителям.

В ряде стран, например, в Танзании, исторически сложились традиции полностью финансировать деятельность ООПТ за счет доходов от посетителей. В других странах (США, Новая Зеландия), напротив, существуют давние традиции стимулирования туризма на ООПТ за счет выделения на эти программы государственных субсидий, что позволяет взимать невысокую плату с посетителей. В последние десятилетия общей тенденцией стало все возрастающее использование поступлений от туризма на покрытие расходов на текущую деятельность ООПТ.

Взаимоотношения государственного и частного сектора в области развития туризма на ООПТ могут варьировать от противостояния к сотрудничеству. Предоставление услуг посетителям, уровень оплаты за эти услуги и соотношение государственного и коммерческого сектора при организации обслуживания туристов – все это вопросы, решаемые путем совместного обсуждения. Обычно это сложное и динамичное соотношение между государственными и коммерческими интересами, и успех в долгосрочной перспективе зависит от уровня кооперации между этими секторами.

#### ***Роль государственного сектора в развитии туризма на ООПТ***

Государственный сектор играет уникальную роль в вопросах сохранения природных ресурсов. Охрана природы и общественной безопасности является одной из главных обязанностей правительства. В большинстве случаев создание базовой туристической инфраструктуры также финансируется из государственных источников.

*Функции, которые обычно выполняют государственные органы:*

1. Охрана природы;
2. Создание и поддержание инфраструктуры (авто- и железные дороги, аэропорты, электроэнергия, канализация);
3. Обеспечение безопасности;
4. Мониторинг воздействий, оценка качества;
5. Локализация мест доступа;
6. Определение допустимой нагрузки и выделение квот;
7. Предоставление информации (экологическое просвещение, визит-центры);
8. Разрешение конфликтов.

В ряде стран все эксплуатационные расходы системы ООПТ покрываются за счет доходов от туризма. В этих случаях цена на туристические услуги и продукты должны включать себестоимость услуг плюс средства, которые будут затрачены на охрану природы. Хотя само создание ООПТ предполагает, что суммарные выгоды превышают суммарные издержки, порой польза от ООПТ не имеет материального воплощения и расплывается во времени и пространстве (в то время как затраты производятся за короткий промежуток времени и реальными деньгами). Поэтому в настоящее время многие правительства не финансируют ООПТ в полном объеме и, как уже отмечалось, существует тенденция по дальнейшему снижению объемов государственного финансирования.

#### Роль коммерческого сектора в развитии туризма на ОПТ

Обычно коммерческий сектор берет на себя большую часть сервисного обслуживания и производства потребительских товаров. Частный бизнес предоставляет места для ночлега, питание, транспорт, средства связи и рекламу. Этот сектор может оперативно реагировать на запросы потребителей и создавать специальные турпродукты и услуги.

*Функции, которые обычно выполняют коммерческие структуры:*

1. Организация проживания и питания;
2. Транспорт (авиационный, автобусный и т.п.);
3. Информационное обеспечение (путеводители, реклама);
4. СМИ (фильмы, книги, видео);
5. «Продвижение» территории и реклама;
6. Товары народного потребления (одежда, сувениры, оборудование);
7. Персональное обслуживание, зрелищные мероприятия и т. п.

И хотя коммерческие операторы могут оперативно реагировать на запросы туристов по организации новых услуг, они не могут так же быстро приспосабливаться к изменениям финансовых условий, например росту арендной платы со стороны государственных органов. Коммерческие туроператоры продают туры на многие месяцы вперед – для них резкие изменения платежей равносильны катастрофе.

#### Сотрудничество между государственным и коммерческим секторами

Распределение ответственности между государственным и коммерческим секторами является переменным показателем. Например, Агентства ООПТ могут выполнять многие из функций, указанных для коммерческого сектора (и иногда они вынуждены делать это для того, чтобы зарабатывать средства на текущую деятельность). При этом и коммерческий сектор может выполнять многие из функций, указанных для государственного сектора.

Для развития туризма на ООПТ требуется сотрудничество обоих этих секторов. Ни один из них не может выполнить всю работу в одиночку. Каждый принципиально зависит от другого.

Иногда между ними складываются непростые ситуации. В долгосрочной перспективе и состояние окружающей среды, и финансовое благополучие всех секторов общества, связанных с экотуризмом, зависит от уровня кооперации между государственным и коммерческим секторами.

### ***Финансирование ООПТ через полугосударственные структуры***

Во многих странах все доходы государственных организаций перечисляются в федеральный бюджет (например, такая схема применяется Службой национальных парков США). При такой схеме федеральное правительство ежегодно выделяет ООПТ определенный объем целевых и нецелевых средств. Формирование бюджета, как правило, зависит от политических предпочтений правительства, а не от уровня доходов, получаемых от обслуживания туристов на ООПТ. Эта система финансирования не очень подходит для ООПТ, активно работающих в сфере туризма, так как стоимость туристических услуг может (иногда очень быстро) изменяться во времени. Также в большинстве ООПТ система оплаты сотрудников никак не учитывает качество обслуживания посетителей. Такие организационные решения не способствуют тому, чтобы на ООПТ развивались первоклассные формы туристического обслуживания, правильное ценообразование и доброжелательная обстановка для туристов. Этот подход не мотивирует сотрудников на повышение качества обслуживания.

Такого рода сложности привели к появлению в составе служб ООПТ полугосударственных структур. Примерами такого подхода служит Система Национальных парков Танзании (TANAPA) или Служба Дикой природы Кении. Обычно полугосударственные агентства ООПТ функционируют как относительно независимые компании внутри правительственных структур.

*Ключевые особенности полугосударственного агентства:*

1. Самостоятельное управление финансами
2. Право удержания заработанных средств с переходом в новый финансовый год
3. Гибкая кадровая политика
4. Система мотивации сотрудников, основанная на качестве обслуживания
5. Гибкость в установлении цен и тарифов
6. Гибкость в лицензировании концессий и предоставлении услуг
7. Способность быстро реагировать на запросы клиентов
8. Независимый Совет директоров
9. Более высокие стандарты обслуживания посетителей

Удачным примером полугосударственной модели управления ООПТ является природоохранная служба КваЗулу-Натал (KZN) в ЮАР. KZN участвует в развитии системы ООПТ в Африке уже более века. Ее Служба охраны природы (NCS) была организована в 1998 г. для управления охраняемыми территориями, и она контролирует все получаемые ООПТ доходы. Деятельность этой структуры фокусируется на охране биоразнообразия, вовлечении местных сообществ и устойчивом использовании ресурсов посредством развития туризма.

KZN NCS создала систему биосферных резерватов и иных охраняемых территорий, которые управляются на основании добровольных соглашений с местными землевладельцами (всего их 222). Практикуется многофункциональное использование земель, включая фермерство и управление отдельными участками девственной природы. Землевладельцы ежегодно отчисляют в службу плату за каждый гектар, и эти средства идут на оплату сотрудников ООПТ, приобретение оборудования и проведение мониторинга. Результатом такого подхода стало увеличение площадей естественных местообитаний.

При содействии NCS не только была восстановлена численность диких животных, но и местные сообщества получили в сумме свыше US\$7,75 млн пожертвований. NCS обучает местных

жителей и предоставляет им работу в качестве сотрудников ООПТ и гидов, а также способствует развитию предприятий малого бизнеса по производству сувениров. Туристы платят пошлины в пользу местных сообществ на общую сумму около US\$750000, которые распределяются местным советом среди коренного населения.

Таким образом, главными преимуществами полугосударственных структур являются: способность удерживать и самостоятельно распределять зарабатываемые средства, наличие стимулов для получения больших доходов, большая автономность. В итоге, полугосударственные службы ООПТ, как правило, достигают большей экономической эффективности и финансовой устойчивости, чем «классические» государственные структуры.

На Карибских островах полугосударственные Агентства ООПТ расходуют на охрану природы в два раза больше средств, чем государственные. В Африке такие Агентства имеют финансирование в 15 раз больше, чем чисто государственные службы. Очевидно, что организационная форма Агентства оказывает существенное влияние на финансовую устойчивость национальной системы ООПТ.

### ***Международные и национальные источники финансирования проектов***

В большинстве развивающихся стран поддержка ООПТ осуществляется за счет внешних доноров – международных структур по развитию (например, Всемирный банк, Азиатский банк развития) и региональных/национальных структур (например, Европейский союз и такие национальные программы, как Датское агентство международного развития DANIDA, Департамент Великобритании по международному развитию DFID, Канадское агентство международного развития CIDA и др.). Все вместе они оказывают существенную поддержку делу охраны природы и развития ООПТ. Важным дополнением к международным источникам финансирования в последние годы стали Глобальный Экологический фонд, который взаимодействует со Всемирным банком, Программа ООН по окружающей среде и Программа Развития ООН (UNDP) по вопросам выполнения Конвенции по сохранению биоразнообразия. Поскольку большинство международных агентств развития фокусируются на оказании помощи по борьбе с бедностью и развитию сельских сообществ, они рассматривают проекты по развитию туризма на ООПТ как отвечающие их миссии. Подход, получивший поддержку Комиссии ООН по устойчивому развитию, подразумевает «предоставление бедным слоям населения возможностей при развитии туризма, будь то повышение их доходов или получение иной выгоды, а также вовлечение их в процессы принятия решений».

Одним из источников финансирования экотуристических проектов могут стать кредитные средства. Так, например, Россельхозбанк предоставляет кредиты на несельскохозяйственные проекты, в качестве которых может рассматриваться развитие зеленого сельского туризма.

#### ***4.8. Как экотуризм финансирует охрану природы?***

##### ***Механизмы получения дохода***

*(по материалам книги П. Иглс, С. МакКул, К. Хайнс  
«Устойчивый туризм на охраняемых природных территориях.  
Руководство по планированию и управлению», 2002)*

Неотъемлемой чертой экотуризма является содействие охране природы и местному развитию и обеспечение финансовых средств для этих целей. Каковы же способы превращения «простого» природного туризма в экотуризм на благо охраняемых территорий, окружающих их поселений, и стран в целом?

## Доходы за счет получения платы с туристов

Охраняемые территории за рубежом обычно получают доходы от природного туризма посредством взимания *платы за посещение, стимулирования благотворительных пожертвований и частных инвестиций*, реализации *вспомогательных услуг* или *продукции*.

### Типы платежей, взимаемых с посетителей ОПТ

Тип платежей	Описание
Входная плата	Разрешение на вход в парк
Плата за рекреацию	Плата за рекреационные программы и услуги
Пользовательская плата	Плата за пользование инфраструктурой ОПТ: парковками, кемпингами, визит-центрами, плата за аренду лодок, ночлег и т.п.
Концессионная плата	Арендная плата компаний, которые осуществляют обслуживание туристов на территории ОПТ (взимается в виде процентов от доходов компании)
Плата за товары	Выручка от продажи продуктов, сопутствующих товаров и сувениров
Плата за питание	Доходы от кафе и ресторанов
Плата за размещение	Доходы от кемпингов и гостиниц, расположенных на территории ОПТ
Лицензии и разрешения	Плата с коммерческих фирм за право работать на территории ОПТ (с туроператоров, гидов и др.)
Пошлины и сборы	Сборы за проживание в гостиницах, аэропортовые сборы, сборы с автомобилей
Арендная плата	Плата за аренду паркового оборудования
Добровольные пожертвования	Включают наличные деньги, подарки, добровольный труд; часто поступают через «группы друзей парков»

Многим охраняемым территориям во всем мире приносит существенные доходы взимание платы за посещение. Плата за вход является вторым преобладающим источником доходов ООПТ в мире после государственного бюджетного финансирования (Eagles et al., 2002). Даже в благополучных странах вводится входная плата с посетителей, так как государственный бюджет не компенсирует все затраты на деятельность ОПТ.

ООПТ взимают входную плату либо с каждого человека, либо с транспортного средства, или применяют комбинированный подход. Многие ООПТ предоставляют рекреационные услуги – как, например, организованные экскурсии или проведение специальных мероприятий. Часто за такое обслуживание взимается отдельная плата, которая покрывает операционные расходы и позволяет финансировать иные мероприятия на ОПТ. ОПТ, в которые разрешен въезд транспорта, обязаны предоставлять посетителям парковочные места. Взимание платы за парковку может быть выгодным источником доходов. Например, многие кемпинги автоматически включают в стоимость пребывания на их территории парковку только одного автомобиля. Со всех дополнительных транспортных средств взимается дополнительная плата.

Плата за посещение может быть достаточно сложной и многомерной, как это показано ниже.

### Прейскурант цен для посетителей государственного парка «Айдахо»

Тип платы	Сумма, US\$
Входная плата для взрослого (резидент и нерезидент)	0
Автомашина (резидент и нерезидент)	2–3
Автобус для группы (резиденты и нерезиденты)	20
Пропуск на год (резиденты и нерезиденты)	35
Входная плата для пенсионеров	0
Спуск лодки на воду	3
Использование причала на ночь	5
Проживание в вагончике, типи, юрте	30–80
Услуги бронирования	6

Тип платы	Сумма, US\$
Проживание в кемпинге «3 звезды»	18–22
Проживание в кемпинге «2 звезды»	16
Проживание в кемпинге «1 звезда»	12
Проживание в улучшенном кемпинге без подключения к системам водоснабжения, электричества	7–12
Проживание в простейшем кемпинге без подключения к системам водоснабжения, электричества	7–12

Такая сложная структура цен разрабатывается для того, чтобы иметь возможность получать доходы от широкого спектра туристических услуг, свойственных большинству современных ОПТ.

Стоимость рекреационного обслуживания на ОПТ должна найти отражение в плате за посещение. Установление цены на различные программы и услуги ОПТ является ключевым элементом развития туризма. Исходным принципом при определении цены является государственная политика по обеспечению доступа общественности на охраняемые территории. В некоторых (в основном, благополучных) странах ОПТ рассматриваются как достояние народа, доступное для посещения каждым. В таких случаях в систему ОПТ направляется значительное государственное финансирование. В других (как правило, более бедных) странах государственные средства направляются в первую очередь на другие нужды. Тогда система ОПТ вынуждена искать дополнительные источники финансирования – в частности, использовать доходы от туризма или от других форм использования природных ресурсов.

В развивающихся странах доходы от туризма, как правило, являются ключевыми для выживания системы ОПТ. Один из наиболее известных примеров – национальный парк Дес Волканс в Руанде. По данным Мирового Института ресурсов, в период с благоприятной политической обстановкой получаемая этим парком входная плата составляла в сумме более миллиона американских долларов в год, тогда как расходы парка за год – менее 200 тысяч долларов. Таким образом, туризм не только позволял оплатить работу гидов, но также обеспечивал финансовые средства для охраны природы и осуществления государственных программ.

Денежные средства, выручаемые от посещения нацпарка Галапагосские острова, не только делают возможным самофинансирование этого парка, но и используются для финансирования других, менее популярных в плане туризма, охраняемых территорий Эквадора. Однако таких примеров не так уж много. Например, в странах Латинской Америки лишь небольшому числу охраняемых территорий удается получать от туристской деятельности доходы, достаточные для полного самофинансирования.

Каждая ОПТ уникальна, поэтому должны применяться различные подходы при установлении цены, которые будут учитывать позиции территории с точки зрения различных заинтересованных групп. Менеджеры должны разработать хорошее обоснование для всех видов платежей, что позволит аргументированно отстаивать свои позиции.

Для нужд ООПТ можно использовать разные схемы ценообразования, но гибкость в системе платежей является важнейшим параметром.

#### Типы ценообразования на ОПТ

Тип ценообразования	Описание
Ценообразование с учетом нагрузки	Цена зависит от времени посещения и спроса
Сравнительное ценообразование	Цена определяется на основе средней платы за аналогичные услуги на других ОПТ (трудности могут возникнуть в случае уникальности ОПТ – из-за отсутствия аналогичных условий для сравнения)
Ценообразование на основе предельных издержек	Цена на посещение ОПТ увеличивается по мере расширения спектра предоставляемых услуг. Цена определяется как точка пересечения кривых предельных издержек и предельной выгоды

Тип ценообразования	Описание
Многофакторное ценообразование	Цена определяется множеством параметров: местом жительства, возрастом посетителей и т. п. (такой подход часто обеспечивает большие доходы по сравнению с другими способами, но есть определенные ограничения для его применения)
Дифференцированное ценообразование	Различие в ценах основывается на разнице в уровне предлагаемого обслуживания (например, разные цены для кемпингов в разных частях парка) и может приводить к более равномерному использованию ресурсов и росту доходов ОПТ

**Рекомендации** по снижению негативного отношения посетителей к введению входной платы:

- ✓ Использование доходов от посетителей на качественное улучшение троп, туалетов, карт, путеводителей и пр.;
- ✓ Плавное (не скачкообразное) повышение платы;
- ✓ Использование полученных средств на текущие расходы, а не на укрепление механизма контроля за посетителями;
- ✓ Использование денег на конкретные и популярные задачи, а не для общей поддержки ОПТ;
- ✓ Широкое информирование общественности о получаемых средствах и статьях их расходования.

Зарубежные руководства рекомендуют устанавливать двойные тарифы платы за вход: взносы иностранных туристов должны быть выше, чем граждан данной страны и, тем более, жителей близлежащих поселений. Например, такая система эффективно функционирует в национальном парке Галапагосские острова. Аналогичная структура платы за вход введена в национальных парках Коста Рики и Руанды, а также при посещении археологических памятников Мексики.

Галапагосский национальный парк и морской резерват: пример преискуранта цен для туристов

Парк ввел гибкую входную плату для посетителей; с иностранцев берут больше, чем с отечественных туристов.

Категория	Стоимость, US\$
Иностранные туристы	100
Иностранные туристы – дети до 12 лет	50
Иностранные туристы – жители местных сообществ	50
Иностранные туристы до 12 лет – жители местных сообществ	25
Граждане или жители Эквадора	6
Граждане или жители Эквадора до 12 лет	3
Иностранные туристы – сотрудники национальных академических институтов	25
Местные или иностранные туристы – дети до 2 лет	бесплатно

При расчете экономической эффективности туризма следует также принимать во внимание необходимость нейтрализации его негативных последствий – как экологических, так и экономических. Например, последствия эрозии троп, вызванной развитием горного туризма, оказывают влияние на все местное сообщество, при этом далеко не всегда предусмотрен механизм взимания платы с туристов для компенсации наносимого ущерба. Для контроля над ситуацией государства вводят определенные ограничения или используют иные методы, чтобы участники индустрии туризма оплачивали полную стоимость своей деятельности. Например, стимулируются дополнительные финансовые отчисления фирм-туроператоров на очистку местности или денежные пожертвования туристов на проекты по развитию местных сообществ, чтобы компенсировать вызываемые ими инфляционные явления.

Доходы, получаемые охраняемыми территориями, могут быть увеличены за счет повышения платы, взимаемой с туристов за посещение. До какой степени целесообразно такое повышение, зависит от спроса на посещение конкретной территории (в том числе, от степени ее уникальности и, в то же время, доступности) и от возможности удовлетворения этого спроса (т. е. от экологической, социальной и эстетической емкости территории).

Многие ОПТ не могут привлечь большое количество посетителей; во многих случаях это вообще недопустимо. В таких случаях при введении платы для посетителей сотрудники должны учитывать существующий спрос, стоимость предоставления услуг и транспортные издержки. Определить точную стоимость бывает сложно. Территории, пользующиеся невысоким спросом и имеющие малый поток посетителей, зачастую не могут вводить высокую плату для туристов (конечно, переосмысление маркетинговых стратегий может существенно повысить спрос). Однако малый поток туристов может быть связан и с высокими транспортными издержками. Например, проезд до канадских арктических парков связан с очень большими затратами. В том случае, когда туристы выкладывают большие средства для оплаты проезда, логично предположить, что такие территории могут назначать высокую входную плату.

Во многих зарубежных национальных парках средняя сумма платы за вход, не приводящая к резкому падению посещаемости, составляет 10 долларов в день. В отдельных наиболее уникальных парках эти суммы существенно выше. В национальном парке Дес Волканс в Руанде входная плата была увеличена до \$ 170, при этом спрос на его посещение оставался по-прежнему очень высоким.

Распространенное опасение, что повышение платы вызывает отток туристов, на практике не подтверждается. Как уже отмечалось ранее, готовность платить у экотуристов выше, чем у обычных туристов, поэтому повышение входной платы приводит к относительно меньшему снижению спроса. Например, в Коста Рике туроператоры выступали против введения двухуровневой системы оплаты, но на деле доходы стали расти. Схожая ситуация произошла и при увеличении вдвое входной платы в таких «жемчужинах», как Гранд Каньон, Йеллоустон, национальные парки Западной Канады – уровень посещений при этом не изменился. В национальном парке Онтарио входная плата была увеличена на 40%, но это не снизило прироста посещений: дополнительные доходы позволили организовывать новые рекреационные услуги, и это привлекало все новых и новых туристов.

Исследования, проведенные в ряде морских охраняемых территорий, свидетельствуют о том, что аквалангисты готовы платить на 13% больше за погружения, при которых они смогут наблюдать 12 видов рыб, нежели за те, где водится только один вид. Из всех приведенных примеров можно сделать важный вывод: туристы готовы платить за высокое качество окружающей среды. ОПТ с наиболее благоприятной окружающей средой позволяют получать наивысший доход от туризма.

В настоящее время во многих странах денежные средства, вырученные охраняемыми природными территориями в качестве платы за посещение, отчисляются в правительственную казну. Мировой Институт ресурсов отмечает необходимость того, чтобы часть их оставалась в ОПТ и использовалась для улучшения их управления и охраны. По мнению Мирового Института ресурсов, другая часть этих денежных средств должна по-прежнему поступать в казну в целях обеспечения государственной поддержки охраняемых территорий. Однако такая система делает охраняемые территории уязвимыми перед сокращениями государственного бюджета в периоды экономических спадов. Денежные средства, остающиеся в распоряжении администрации ООПТ, обеспечивают возможность их самофинансирования и дают стимул для более эффективного управления. В Коста Рике государственное финансирование национальных парков дополняется денежными средствами, получаемыми ими в качестве платы за вход. В Таиланде деньги, полученные в качестве платы за посещение, остаются в системе национальных парков. По мнению ряда крупных операторов экотуризма, вместо того, чтобы просто переводить эти деньги



в государственную казну, их следует использовать для привлечения местных жителей к процессам управления охраняемыми территориями и туризмом. «Как только местные жители получают свою долю интереса в делах парка и дикой природы, они становятся заинтересованными в сохранении этих ресурсов, и снижается браконьерство» (Kutay, 1989).

Специфика российских ООПТ на данном этапе состоит в том, что они могут не только получать плату за вход, но и частично выполнять функции туроператоров – например, взять на себя организацию проживания и питания туристов на их территории. Это позволяет им зарабатывать дополнительные финансовые средства. К тому же, в нынешних экономических условиях наши ООПТ могут более свободно использовать заработанные средства для собственных природоохранных и научных целей.

Плата за проживание может быть одним из важнейших источников дохода для многих ОПТ. Одной из главных статей расходов для туристов являются затраты на проживание. Некоторые ОПТ имеют кемпинги, избушки или коттеджи и взимают соответствующую плату за пребывание в них. Менеджмент таких объектов (как находящихся в непосредственном управлении ОПТ, так и концессионных) является сложной задачей, требующей специально обученного персонала и бизнес-планирования.

Служба парков Канады провела эксперимент с централизованной системой бронирования. Туристы по телефону резервировали места в кемпингах и платили по кредитным картам. Менеджеры ОПТ не брали дополнительную плату за резервирование мест и финансовые операции. Посетители с удовольствием воспользовались предложенным сервисом; в июле и августе было зарезервировано 100% мест в кемпингах. Такая система онлайн-бронирования кемпингов теперь применяется во всей системе национальных парков Канады. Затем система была расширена возможностями Интернета. Новая система стала очень популярна, позволила лучше использовать кемпинги по всей провинции и использовать удаленные участки, до этого не пользовавшиеся большим спросом у туристов.

Плата за аренду оборудования и питание. Для туризма часто необходимо специальное оборудование, которое, как правило, трудно перевозить на большие расстояния. Поэтому аренда или продажа соответствующего оборудования на территории ОПТ может быть источником существенных доходов. Всем посетителям ОПТ необходимо питаться, и поэтому нужно иметь или магазины, или кафе и рестораны; ОПТ могут зарабатывать на этом хорошие деньги. Менеджеры должны решить вопрос, как лучше организовать питание – собственными силами или же предоставить в концессию сторонним организациям.

Реализация посетителям сопутствующих товаров и услуг в потенциале может приносить немалые средства при условии продуманности и хорошей организации этого процесса. Заплатив за питание и проживание, многие посетители охотно тратят дополнительные деньги, если на месте им предоставляется для этого возможность, т.е. предлагаются привлекательные товары и услуги. Некоторые туроператоры отмечают, что многие российские туристы традиционно предпочитают экономить на стоимости самого тура, но, приехав в регион, тратят на дополнительные услуги и сувениры сопоставимые или даже большие средства.

Визит-центры и связанные с ООПТ предприятия могут предлагать широкий спектр продукции – от открыток и футболок с символикой до изделий народных промыслов и предметов искусства. В последние годы товары, произведенные при участии ОПТ (такие как одежда, сувениры или публикации), пользуются все большим спросом.

Администрациям охраняемых территорий может быть полезно установить партнерство с творческими предпринимателями, которые хорошо разбираются в структуре спроса посетителей и снабжают их соответствующей продукцией. Многие ООПТ совершают общую ошибку, когда предлагают посетителям только дешевые безделушки: в числе посетителей нередко оказываются

достаточно обеспеченные и опытные люди, которым по вкусу более дорогие сувениры и предметы искусства.

Многие предприятия по изготовлению таких товаров создаются поблизости от ОПТ, что позволяет развивать непосредственные контакты между изготовителями и потребителями продукции, а также создавать новые рабочие места для местных сообществ вокруг ОПТ. В качестве примера приведем виды экономической деятельности, которые возникли в Зимбабве в результате развития туризма на ОПТ.

Сельские предприятия в сфере обслуживания туристов на ОПТ в Зимбабве (DFID, 1998):

- ✓ Производство и поставка строительных материалов
- ✓ Производство одежды
- ✓ Производство продуктов питания
- ✓ Изготовление мебели и антиквариата
- ✓ Экскурсионное обслуживание, услуги гидов
- ✓ Транспортное обслуживание
- ✓ Продажа и доставка дров
- ✓ Проведение культурных мероприятий
- ✓ Традиционные сельские ярмарки и фестивали
- ✓ Предоставление ночлега

#### Продажа брэнда и кросс-продуктовый маркетинг

ОПТ представляют собой весомую «интеллектуальную собственность» в имиджевом плане: эти организации имеют положительный образ, с которым многие корпорации хотели бы ассоциироваться. Например, название ОПТ часто хорошо известно и пользуется уважением. Многие места на ОПТ очень живописны и активно используются для съемок рекламных роликов или художественных фильмов. Незначительное число ОПТ получает хорошие доходы от продажи прав на использование их имени и брэнда. Кросс-продуктовый маркетинг является очень популярным бизнес-подходом, но он пока еще редко используется в системе ОПТ. В основе такого подхода лежит то, что два «взаимосвязанных» продукта рекламируют и «продвигают» друг друга. Примером такого подхода в контексте ОПТ может быть проведение совместной маркетинговой кампании киностудии и ОПТ. Каждый участник выигрывает от совместного продвижения их продуктов. В качестве примера можно привести упомянутый в предыдущей главе природоохранный трест КваЗулу-Натала (KZNT) в Южной Африке (Buckley and Sommer, 2001). Он является независимым зарегистрированным фондом, учрежденным в 1989 г. для сбора общественных и корпоративных пожертвований на нужды охраны природы, так как государственная поддержка ОПТ все время сокращалась. Служба охраны природы тесно сотрудничала с KZNT по вопросам фандрайзинга и охраны природы. Фонд имеет несколько источников дохода, включая пожертвования, спонсорские отчисления от спортивных мероприятий и доходы от торговли предметами искусства (вклады художников и скульпторов). За право использования эмблемы Фонда на определенной коммерческой продукции (одежде, оборудовании и аксессуарах) взимается определенная плата, которая также составляет важный источник доходов организации.

Благотворительные пожертвования могут быть серьезным источником финансовых средств для охраняемых территорий и местных природоохранных неправительственных организаций.

Посетители, получившие положительные эмоции от посещения ОПТ, часто хотят сделать пожертвования. Такие пожертвования чаще всего делаются на конкретные мероприятия, например, на создание дополнительной инфраструктуры, проведение исследований или организацию новой рекреационной программы.

Нередко получившие удовольствие от посещения ОПТ и обеспокоенные проблемами этих территорий иностранные туристы по возвращении домой начинают лоббировать предоставление международной помощи тем ОПТ, которые они посетили.

Имеется немало различных способов стимулировать пожертвования: от индивидуальных взносов непосредственно на месте до установления систем разделения доходов с туроператорами, а также кампаний по сбору средств в процессе проведения туров. Лиге Охраны природы Монтеверде в Коста Рике удалось расширить свой заповедник на 8000 гектаров на средства, полученные в качестве благотворительных пожертвований. Некоторые фирмы-туроператоры совершили щедрые пожертвования для охраны территорий, на которых они проводят свои туры. Например, известное туристическое агентство Victor Emmanuel Nature Tours во время одного из своих мексиканских туров пожертвовало 5000 долларов для улучшения управления заповедником Эль Триунфо (El Triunfo). Научно-исследовательская станция имени Чарльза Дарвина приняла инициативу по сбору средств для охраны природы Галапагосских островов. Призывы совершить денежные пожертвования были разосланы посетителям, оставившим записи в книге отзывов. В результате удалось собрать 150 тысяч долларов.

Местные неправительственные организации могут внести свой вклад в поддержку охраняемых территорий, привлекая их посетителей к членству и взимая с них членские взносы. Так, например, известная некоммерческая природоохранная организация Nature Conservancy, проводя туры в экзотические природные уголки, организует серию лекций и бесед на экологические темы, после чего предлагает участникам вступить в организацию.

За рубежом важным источником денежных средств для охраны и управления ООПТ и развития в них необходимой инфраструктуры туризма могут быть частные инвестиции. Они возможны в том случае, если частные инвесторы уверены в возможности получения адекватной финансовой отдачи. Так, например, американская посетительница в Коста Рике приобрела 500 акров дождевого тропического леса за 520 тысяч долларов для развития инфраструктуры природного туризма. Ее проект также включает социально-экономическое развитие местных поселений.

Табл. 4.6 вкратце обобщает перечисленные механизмы получения финансовой поддержки ООПТ за счет экотуризма.

Таблица 4.6

**Как экотуризм финансирует охрану природы?**  
(По: K.Ziffer. Ecotourism: The Uneasy Alliance).

Плата за посещение	Благотворительные пожертвования туристов и турагентств	Сопутствующие товары и услуги	Частные инвестиции
Руанда, национальный парк Дес Волканс: 1 млн долларов в год	Коста Рика: Лига охраны природы Монтеверде расширила охраняемые территории на 8000 га за счет благотворительных пожертвований	Руанда: 2–3 млн долларов за счет расходов посетителей помимо платы за посещение	Коста Рика: Американский туроператор приобрела 500 акров за 520 тыс. долларов
Галапагос: непосредственный доход 560 тыс. долларов в год	Эквадор: Научно-исследовательская станция им. Ч. Дарвина собрала 150 тыс. долларов в результате обращения к посетителям	Таиланд: Национальный парк Кхао Йа получил 165 млн бахт за счет организации проживания посетителей	Доминика, водопады Трэффэлгер

Кроме этого, за рубежом широко распространена система концессий, когда государство продает частным предприятиям права на ведение определенных видов коммерческой деятельности на территориях национальных парков, если в противном случае на это затрачивается неоправданно много усилий. В таких случаях государство берет на себя контроль и планирование этой деятельности. Сходная система действует и в некоторых российских национальных парках.

Станут ли заработанные в туризме средства реальным вкладом в охрану природы? Это зависит не только от их количества, но и от того, *кто конкретно является их получателем*. Не всегда доходы от природного туризма «работают» на благо охраны природных территорий, от которых он в конечном итоге зависит. Так, например, в США доходы от туризма в национальных парках достигают трех миллиардов долларов в год. Однако, вплоть до настоящего времени, их львиная доля доставалась владельцам гостиниц, ресторанов, автозаправочных станций и фирм по продаже туристского снаряжения. Эти финансовые поступления смогут послужить на благо национальным паркам только в том случае, если будет отработан механизм отчисления их части на нужды улучшения охраны природных экосистем. Разумеется, это справедливо и для других стран. Как неоднократно отмечалось ранее, природный туризм нельзя приравнивать к экотуризму, пока его непосредственным результатом не является улучшение охраны природы. Поэтому правительства ряда стран, например, Австралии, целенаправленно добиваются того, чтобы туроператоры, получающие прибыль в результате использования природных территорий, отчисляли средства для поддержания и охраны этих территорий.

#### **4.9. Разработка бизнес-плана развития экотуризма**

*Н. Н. Волкова*

Бизнес-план – это документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем<sup>1</sup>.

Заблуждение, что бизнес-план необходим только крупным предприятиям, а небольшому предприятию или индивидуальному предпринимателю, организующему небольшую семейную гостиницу, он ни к чему. Как показывает мировая практика, он нужен для всех предприятий. И, прежде всего, для того, чтобы тщательно проанализировать свои идеи, проверить их разумность, реалистичность и уменьшить тем самым риск неудачи. Кроме того, бизнес-план необходим для представления тем, у кого предприятие собирается занять деньги или иное имущество на реализацию проекта, для подтверждения реалистичности задуманного дела и способности возратить кредит или арендованное имущество.

Обычно бизнес-план разрабатывается на несколько лет вперед, с учетом всех рисков и появления возможных конкурентов. Достаточным будет срок около трех лет. Первый год стоит разбить помесячно, второй год – поквартально, ну а для третьего подвести итог за год. Для небольших предприятий можно ограничиться детальным планированием на год, а далее составить перспективный бизнес-план.

##### **Функции бизнес-плана**

В современной практике бизнес-план выполняет четыре функции:

- разработка стратегии бизнеса;
- планирование деятельности предприятия;
- привлечение денежных средств;
- привлечение потенциальных партнеров.

Бизнес-план анализирует возможности для начала или расширения бизнеса в конкретной ситуации и дает четкое представление о том, каким образом можно использовать этот потенциал.

##### **Структура бизнес-плана**

Структура бизнес-плана зависит от характера бизнеса, целей плана и требований потенциального инвестора. Однако существуют ключевые вопросы, которые необходимо тщательно продумать и осмыслить, а также в обязательном порядке внести в планирование:

---

<sup>1</sup> При разработке раздела частично использовались материалы с сайта <http://www.bishelp.ru/>

- описание продукта (услуги);
- анализ рынка сбыта,
- оценка конкурентов,
- план маркетинга;
- план производства;
- юридический план;
- финансовый план и прогноз рисков;
- стратегия финансирования.

### **Резюме бизнес-плана**

Резюме – краткое содержание бизнес-плана (не более 2-х листов). Оно дает возможность кредиторам и инвесторам увидеть важные особенности и преимущества данного проекта перед другими. В этом разделе необходимо четко и убедительно изложить основные положения предлагаемого проекта, чтобы кредиторы и инвесторы смогли получить ответы на вопросы: «Что мы получим в случае успешной реализации этого бизнес-плана?» и «Каков риск потери денег?».

Резюме представляет собой наиболее важную информацию, содержащуюся в бизнес-плане, поэтому готовится оно последним, когда закончена разработка всех остальных его разделов.

В резюме должны быть четко определены **цели предприятия**. Цели должны быть реалистичными и достижимыми, конкретными и измеримыми, быть ориентированными во времени. Цели, ориентированные на перспективу, могут иметь общие характеристики, а предусмотренные на ближайший период должны быть конкретизированы.

В резюме должна даваться характеристика **сегмента рынка**, преимущества предприятия перед конкурентами, возможности, существующие у предприятия для **выхода на рынок** и утверждения на нем. В резюме также должен быть проведен анализ действий **конкурентов** и преимущества продукта/услуги, с которым предприятие выходит на рынок. Здесь же описываются возможности расширения рынка и перспективы выхода на другие его сегменты, включая международные.

В этом разделе дается краткая характеристика руководителя предприятия и **кадрового потенциала**, квалификации работников. Очень важно подчеркнуть взаимосвязь деловых качеств работников с возможностями достижения поставленных целей.

В обобщенном виде дается характеристика экономической и финансовой стороны проекта, а также оценивается время, необходимое для **достижения его окупаемости**. В финансовом разделе оцениваются возможности инвестирования за счет собственных средств. Для возможных инвесторов приводится суммарная **оценка необходимого финансирования, сроки возврата заемных средств**, если таковые планируется привлечь, а также **форма и гарантии получения отдачи** от вложенного капитала.

### **1. Описание продукта (услуги)**

Первый раздел любого бизнес-плана – это описание того продукта (услуги), который предприниматель собирается производить или предоставлять. В этом разделе необходимо ответить на следующие вопросы:

- Какие потребности призван удовлетворять ваш продукт (услуга)?
- Какой полезный эффект можно получить от вашего товара (услуги)?
- Чем отличается ваш продукт (услуга) от товара конкурента?

Полезный эффект – это то, ради чего приобретается товар/услуга. Однако не стоит уповать на исключительные достоинства товара. Лучше сделать упор на максимальное удовлетворение запросов рынка. Два элемента – потребительные свойства товара и цена – являются определяющими для покупателя при совершении покупки и главными составляющими конкурентоспособности товара, отражающей его отличие от товара-конкурента. Применительно к экотуризму полезный эффект – соответствие предлагаемой услуги запросам потенциального потребителя, поэтому изучение потенциального посетителя выходит на первый план. В конечном итоге люди склонны покупать то, что им нравится, а не то, что им предлагают.

Движущей силой туризма является интерес клиентов, поэтому туристский интерес должен стать в бизнес-планировании развития объектов туристской сферы важнейшим отправным моментом. Без его учета невозможно обосновать вероятный спрос на туристские услуги и определить их оптимальную структуру.

Очень важный и весьма часто упускаемый из виду момент – это наглядное изображение товара, поэтому всегда целесообразно иметь фотографии предлагаемых маршрутов, мест проживания, сувенирной продукции и т. д.

На этом этапе целесообразно прикинуть цену продукта и затраты на его производство/реализацию услуги, что позволит определить предполагаемую прибыль.

## **2. Анализ рынков сбыта.**

Второй раздел бизнес-плана – изучение рынка товара или услуги. Недостаточный анализ рынка и потенциальных потребителей, их вкусов, запросов, финансовых возможностей и т. д. – одна из наиболее частых причин неудач в бизнесе. Поэтому следует *тщательно изучить рынок*. Это даст возможность определить круг потребителей, емкость рынка товара (услуги) и, следовательно, объемы их производства и реализации, необходимые для этого ресурсы.

Основной трудностью при разработке данного раздела является необходимость получения достоверной и оперативной информации о рынке и тенденциях изменения ситуации на нем. Желательно указать источники получения информации и удостовериться в их надежности. Предположения, используемые для оценки рынка сбыта и объемов продаж, должны быть тщательно выверены.

**Потребители.** Для поиска целевого рынка нужно ответить на вопрос: «Кто заинтересован в наших товарах или услугах»? «Какая категория туристов может к нам приехать: рыбаки, школьники, жители близлежащего города на выходные, отдыхающие из других регионов и т. д.»? С учетом проведенных исследований определяется емкость рынка (т.е. поток туристов и его структура), ее прогнозируемый рост, а также основные факторы, влияющие на параметры рынка. На основании расчетной емкости рынка оценивается прогнозируемый объем спроса на 3–5 лет.

Для упорядочения получаемых данных целесообразно классифицировать потенциальных потребителей по относительно однородным группам — **сегментам**. Можно рассматривать географический, демографический, поведенческий сегменты рынка, возможно применение таких характеристик, как возраст, пол, и т. д. Сегментирование позволяет понять, что именно может привлечь типичного покупателя данного сегмента в конкретной продукции. Сегментирование рынка практически всегда оправдано. Желательно обозначить и те сегменты, которые являются целевыми для вас, а также указать, что может стать основой для их завоевания (цена, качество, дополнительные услуги и т. д.).

## **3. Оценка конкурентов**

Цель данного раздела – **облегчить выбор подходящей тактики конкурентной борьбы** и избежать чужих ошибок. К числу типичных *ошибок* можно отнести попытки внедриться на перенасыщенный рынок.

Детальный анализ деятельности конкурентов необходимо проводить систематически, поскольку рынки пребывают в постоянном движении. Важно реалистично оценить сильные и слабые стороны конкурентов. С этой целью может быть использована вся имеющаяся информация.

Необходимо ответить на следующие вопросы:

– Кто является вашими конкурентами сегодня, и в каком состоянии их дела: стабильны, на подъеме или идут на спад?

– Каковы отличия вашего товара (услуги) от аналогичных товаров (услуг) ваших конкурентов?

– Каковы, хотя бы в общих чертах, шансы и возможности появления новых конкурентов?

– В чем вы рассчитываете их превзойти?

– Что является основной областью конкуренции (цена, качество, сервис, имидж и т. д.).

## **4. План маркетинга**

Четвертый раздел – это план маркетинга. Он направлен на то, чтобы ответить на вопрос: какие практические шаги необходимо осуществить, чтобы занять определенное место на рынке.

В наиболее общем виде маркетинг представляет собой взаимосвязь двух сторон: всеобъемлющее изучение рынка и потенциальных потребителей и всестороннее продвижение товаров (услуг) к этому потенциальному потребителю. Применительно к туризму, в стратегических планах развития объектов туризма должны содержаться предложения по формированию и поддержанию интереса потребителей к предлагаемым продуктам (услугам). Эти моменты должны быть базовыми в разделах маркетингового планирования бизнес-планов туристических объектов.

Маркетингу в настоящем пособии посвящен раздел 4.14, поэтому отметим здесь лишь общие ключевые моменты:

1. *Ценообразование*: важно определить конкурентную цену на продукцию и понять, в каких пределах можно ее изменять, чтобы она давала возможность окупить расходы и получить достаточную прибыль, с одной стороны, и не была бы слишком велика, чтобы оставаться привлекательной для туристов.

2. *Реклама*: сколько средств можно выделить для этой цели, в какой форме и какими методами будет осуществляться рекламная кампания туристического продукта.

3. *Методы стимулирования потребителей*: как и за счет чего будут привлекаться новые покупатели – расширение районов охвата туристов, совершенствование товара/услуги (маршруты, места размещения и т. д.), предоставление дополнительных услуг клиентам и т. д.

4. *Формирование и поддержание хорошего мнения о бизнесе*: как и какими средствами будет достигнута устойчивая репутация товаров/услуг или фирмы (добровольная сертификация туризма по одной из систем сертификации, имиджевая реклама, размещение на сайте откликов туристов и т.д.).

### **5. План производства**

Данный раздел содержит описание всего производственного процесса, имеющий в экологическом туризме свои особенности, которые необходимо тщательно учитывать. Прежде всего, это сезонный характер бизнеса.

Для туристических услуг здесь можно привести схему логистики туров, предполагаемые сроки проведения, количество групп. Для строительства мест размещения – план-график строительства.

Главная задача раздела – подтвердить расчетами, что создаваемая фирма в состоянии реально производить необходимое количество товаров (услуг) в нужные сроки и с требуемым качеством.

Завершить данный раздел бизнес-плана необходимо оценкой возможных издержек производства и их изменений в перспективе. При планировании доходов и расходов следует учесть период поступления доходов, а также пиковые и круглогодичные расходы – например, на содержание постоянного персонала (которому необходимо платить и в период, когда доходы не поступают), а также на хранение и поддержание туристического снаряжения и т.д.

### **6. Организационный план**

Шестой раздел бизнес-плана – это организационный план, в котором речь идет о предполагаемых партнерах, кадровом потенциале и схеме организации процесса оказания услуги или производства товара. В этом разделе необходимо решить следующие вопросы:

– Количество специалистов и их квалификация, которые понадобятся для успешного ведения дела.

– На каких условиях эти специалисты будут привлекаться — на постоянную работу, по контракту, в качестве совместителей.

– Как будет оплачиваться труд каждого работника, на каких принципах и условиях будет осуществляться стимулирование.

Следует отметить, что к найму дополнительных работников нужно прибегать только в том случае, если это повысит доходность фирмы. Заработная плата служащих относится к разряду постоянных издержек, поэтому необходима твердая уверенность в их целесообразности.

Важной проблемой создания фирмы является выбор партнеров. Опыт показывает, что организовывать свое дело следует только с хорошо известными людьми, единомышленниками, инициативными, стремящимися к успеху. Лучше, если компаньоны в различных сторонах своей деятельности будут дополнять друг друга.

В целях четкости и согласованности работы необходимо определить организационную схему фирмы, указать, кто и чем будет заниматься, кто и как будет осуществлять координацию, контроль и взаимодействие всех работников.

Нередко этому разделу бизнес-плана не уделяется должного внимания, и организационная неразбериха служит одной из причин неудач.

### **7. Финансовый план**

Седьмой раздел бизнес-плана – **финансовый план**. Он обобщает в стоимостном выражении возможные результаты принятых решений по предыдущим разделам бизнес-плана.

Финансовый план включает: расчет величины и определение источника получения средств, необходимых для организации дела, прогноз объемов реализации, баланс денежных расходов и поступлений, таблицу доходов и затрат, сводный баланс активов и пассивов предприятия, график достижения безубыточности.

В том случае, если собственных средств на организацию дела не хватает, приходится прибегать к кредитам. Однако, прежде чем кредит взять, необходимо просчитать свою потребность в заемных средствах и соизмерить ее с возможностями своевременного погашения ссуды. Важно убедиться, что прибыль от использования кредита окажется выше затрат по его привлечению.

Финансовый анализ лучше всего проводить в виде следующих таблиц.

**Прогноз объема реализации** даст представление о величине и структуре туристического потока и объеме реализации сопутствующих товаров.

**Баланс денежных доходов и расходов** – это документ, определяющий сумму денег, вкладываемых в проект с разбивкой по времени от момента начала организации предприятия. Главной задачей баланса является проверка синхронности поступления денежных средств от реализации продукции и их расходования, т.е. определение достаточности этих средств на каждый момент времени. Как уже было сказано ранее, здесь необходимо учесть специфику туристической деятельности, связанную с сезонностью. Нужно четко выделить постоянные круглогодичные и пиковые сезонные затраты и убедиться, что имеющихся ресурсов хватит для покрытия последних.

**Таблица доходов и затрат** показывает доходы от продажи товаров, издержки от их производства, суммарную прибыль от продаж, общепроизводственные расходы (по видам), чистую прибыль.

**Сводный баланс активов и пассивов фирмы** составляется на начало и конец первого года существования проекта.

**График безубыточности** дает возможность определить объем производства (критическую программу), при котором предприятие начнет получать прибыль.

### **Бизнес-план: типичные ошибки**

Ошибки бизнес-планов можно поделить на технические (ошибки в расчетах, недостаточно детально поданная информация, несоответствие данных, отсутствие указаний на источники информации, отсутствие сформулированных выводов и проч.), концептуальные (ошибки концепции проекта: выбор продукта или услуги, последовательность реализации проекта, технология и проч.) и методические.

Методические ошибки состоят в следующем:

1. Самый распространенный недостаток бизнес-плана – это неготовность его авторов вкладывать в проект собственные средства. Обычно банки софинансируют проекты, в которые их инициаторы вкладывают минимум 30% собственных средств. Если это условие нарушается, проект обычно отклоняется.



2. Не сформулировано предложение к инвестору. В бизнес-плане необходимо четко указать на то, сколько денег, какими траншами, в какой форме, под какие гарантии, и на какой срок требуется. Это повышает вероятность получения заемных средств у инвестора, который четко видит, когда, сколько и на какой срок он дает деньги.

3. Еще один часто встречающийся изъян проектов – неясности с правовыми вопросами, касающимися имеющейся собственности, на которой основан проект (земля, здания, интеллектуальная собственность, лицензии и проч.). Часто необходимые ресурсы числятся на различных структурах, связи которых с проектом не определены, права на эти объекты не всегда верно оформлены. Эта ситуация создает для инвестора значительные дополнительные риски и может быть причиной отказа в финансировании.

4. Недооценка длительности и издержек на предварительной стадии, которая включает разработку и детализацию проекта. Обычно эти затраты составляют порядка 5% стоимости проекта.

5. Недоучет издержек на инвестиционной и операционной стадии. Нередко в результате плохой проработки проекта или от недостатка опыта некоторые расходные статьи не учитываются в планах и приводят к недостатку денег на стадии реализации проекта:

– расходы на доставку, погрузочно-разгрузочные работы, монтаж оборудования, обучение персонала;

– потери из-за неплатежей покупателей,

– платежи, связанные с отходами производства (в частности, мусором) и их утилизацией;

– потребность в оборотном капитале, в особенности на стадии выхода на рынок.

### **7. Риски проекта**

Практически каждый бизнес-план содержит раздел «Риски проекта», в котором перечисляются виды рисков, оценивается степень их актуальности для проекта и тяжесть возможных последствий. Туристический бизнес, а экотуристический вдвойне, – бизнес рискованный, поэтому раздел возможных рисков должен быть особенно тщательно проработан.

Более того, чтобы показать запас прочности проекта, часто либо рассчитываются несколько сценариев его реализации, либо проводится анализ чувствительности результата к изменению цен, туристического потока, инвестиционных издержек. Здесь же необходимо описать самые тяжелые сценарии и проработать тактику выхода из проекта с наименьшими потерями.

## **4.10. Разработка турпродукта**

### **Пакет услуг**

По материалам Е. Н. Ильиной «Туроперейтинг: организация деятельности» (М., 2000)

Основным туристическим продуктом туроператора, выпускаемым на рынок, является комплексное обслуживание, т. е. стандартный набор разнообразных услуг, продаваемый туристам в одном «пакете».

*Пакет услуг (турпакет)* – это произведенный туроператором туристический продукт, состоящий из перевозки, размещения, питания, экскурсионных, досугово-развлекательных и бытовых услуг, спортивных и курортных программ, туристских походов и т. д. Пакет услуг формируется в зависимости от цели путешествия и потребностей туристов по выбранному ими виду туристического отдыха.

**Турпродукт = маршрут + пакет услуг  
(размещение + питание + транспортное  
обслуживание + экскурсии + ....)**

При формировании тура возможны два варианта работы с туристами: а) реализация **заказных туров**; б) реализация **инклюзив-туров**.

В случае **заказных туров** формирование программы и комплектование услуг производятся по желанию и при непосредственном участии туристов. Им предлагают на выбор разные варианты обслуживания в предполагаемом им месте отдыха. Например, размещение в разных по уровню, типу и месту расположения гостиницах, экскурсии и походы на выбор и др. Выбранные туристами услуги формируются в программу тура, рассчитывается цена. Многие российские туроператоры приключенческого и экотуризма работают с зарубежными партнерскими агентствами по такому принципу.

**Инклюзив-тур** – это тур с жестким заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также на социальный класс туристов и их возраст. Особенности такого тура – единая для всех программа, четко увязанная со сроками и графиком путешествия. При реализации инклюзив-тура состав услуг не меняется; турист вправе купить его целиком или вообще отказаться от него. В целом комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно. К недостаткам инклюзив-туров относятся:

- Возможное наличие в таком туре услуг, не интересующих клиента;
- чрезмерная насыщенность программы;
- реклама такого тура привлекает не всех потребителей, а только определенную их часть.

В зависимости от личного характера туриста и его бюджета, а также от особенностей путешествия, тур может совершаться на **групповой** или **индивидуальной** основе.

**Индивидуальные поездки** (как правило, это заказные туры) предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности, но они более дорогие, так как такие виды услуг, как внутримаршрутный транспорт, услуги гида и некоторые другие турист оплачивает полностью, в отличие от групповых туров, где эта цена раскладывается на всех членов группы. Именно поэтому индивидуальные туры не очень доступны массовому туристу.

Организация индивидуальных поездок является очень трудоемким процессом. С другой стороны, индивидуальный туризм с экономической точки зрения может быть достаточно выгодным для его организаторов, так как дает более высокие доходы в расчете на одного туриста по сравнению с доходами от групповых туров. Поэтому в стратегии туроператорской работы может иметь место как групповой, так и индивидуальный туризм в различных сочетаниях.

**Групповые поездки** (чаще всего **инклюзив-туры**), наоборот, более дешевые и доступны массовому туристу, но они более «стандартизованные» – в них каждый участник обязан придерживаться установленного для группы порядка путешествия.

Создание привлекательного туристического продукта является первой и самой важной задачей туроператора. При этом необходимо иметь ясный ответ на вопрос: что же будет покупать турист? Ведь он оплачивает не только и не столько гостиничное размещение и ужин в ресторане, сколько новые ощущения и знакомство с неизвестным, внимание, располагающую обстановку. Продукт туризма оценивается исходя из *характеристик* его материальных и нематериальных составляющих: *аттрактивности, познавательности, инфраструктуры, системы транспорта и гостеприимства*. Цена также является очень важным компонентом.

Создание туристического продукта начинается с изучения его потребительских качеств и свойств, с выявления наиболее привлекательных сторон для туристов. Именно они являются ориентирами при разработке и реализации турпродукта. Специалистами выделено несколько основных потребительских свойств туристического продукта:

- **Обоснованность** – т. е. предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями, основанными на потребностях туриста;
- **Надежность** – соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;
- **Эффективность** – достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;

- *Целостность* – завершенность продукта, его способность полностью удовлетворить потребность туриста;
- *Ясность* – потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу;
- *Простота в эксплуатации*;
- *Гибкость* – способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивыми к замене обслуживающего персонала;
- *Полезность* – способность служить достижению одной или нескольких целей (например, отдых и познание), удовлетворять те или иные потребности туриста.

*Оптимальность обслуживания* – также важное потребительское свойство, имеющее непосредственное отношение к гостеприимству. Она подразумевает:

- Соответствие всех видов услуг определенному уровню (классу) обслуживания (например, «люкс» – VIP-обслуживание, первый класс, туристский класс, экономический класс);
- Адресную направленность тура на определенную целевую группу потребителей;
- Соответствие всех услуг тематике тура;
- Заблаговременное согласование программ обслуживания;
- Гибкость програм (возможность замены тех или иных услуг);
- Рациональное содержание обслуживания по количеству предоставляемых услуг;
- Отсутствие тенденциозности в обслуживании (ненавязчивость услуг).

Все эти принципы важно учесть еще на этапе разработки туристического продукта, помня о том, что неправильно подготовленный продукт не только не пользуется спросом, но и способен оттолкнуть от предприятия потенциальных, последующих клиентов. В условиях серьезной конкуренции, имеющейся сегодня на туристическом рынке, это – немаловажный фактор.

### ***Особенности формирования экотуристического продукта***

Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева

Планирование экологических туров происходит аналогично любым другим туристским продуктам. В то же время необходимо помнить и учитывать особенности, которые присущи именно экологическим турам и программам:

- программа должна быть гибкой и допускать варианты и изменения по желанию туристов;
- как правило, программы рассчитываются на небольшие группы участников, а также на индивидуальные поездки;
- программы должны предусматривать достаточное время на знакомство и изучение достопримечательностей, не быть слишком поспешными;
- помимо обязательных, стандартных достопримечательностей, тур должен включать посещение интересных, присущих только этой территории объектов;
- целью экологических путешествий является приобретение глубоких впечатлений и знаний, поэтому туристам необходимо заранее предоставить информацию о месте путешествия, чтобы они смогли заранее к нему подготовиться, изучая природу и культуру территории;
- маршруты должны быть проложены по интересным и экологически благоприятным природным и культурным ландшафтам;
- путешествие должно сопровождаться квалифицированным гидом, желательно местным жителем;
- в программу тура включается посещение учебных экологических троп, природоведческих, краеведческих музеев, экотехнологичных хозяйств и непременно ознакомление с местными экологическими проблемами;

– в программе тура знакомство с природными объектами и «девственной» природой должно сочетаться с эколого-культурными экскурсиями, предусматривающими изучение традиционных, аборигенных форм природопользования;

– транспорт, которым пользуются туристы, должен быть экологичен, желательны активные способы передвижения;

– пища туристов должна быть экологически чистой и полезной, в рационе туристов должны преобладать местные продукты;

– мусор по пути следования не должен выбрасываться, а собираться и отправляться на экотехнологичную переработку;

– следует отдавать предпочтение многоразовым упаковкам продуктов, а не одноразовым;

– привалы, бивуаки и особенно костры можно устраивать только в специально оборудованных местах;

– грибы, ягоды, лекарственные растения, любые природные сувениры можно собирать только тогда и там, где это разрешено.

Разработка программы каждого экотура должна быть ориентирована на целевого потребителя. Главный вопрос при создании турпродукта: для кого он предназначен? Кто его основной потребитель?

Рекомендуется иметь несколько стандартных программ, которые можно модифицировать для тех или иных групп потребителей.

Интересы и мотивации экотуристов, посещающих российские природные территории, могут быть весьма разнообразны. Имеются также существенные различия между интересами туристов, например, из Западной Европы, Америки, Австралии и Японии (в главе 4.15 описывается специфика туристов из разных стран). Опыт организации экотуров в России показывает, что практически ни одна из групп по своим интересам и особенностям не повторяет другую. Поэтому крайне важно еще на стадии разработки экотуристической программы точно выяснить, что их интересует и что они предпочитают.

При формировании турпродукта следует учитывать, что представители разных категорий экотуристов имеют различные требования относительно уровня комфортности проживания и транспортных средств, подготовки гидов, степени информационной насыщенности и «развлекательности» их путешествий. Так, например, определяющим фактором для *высокоспециализированных (научных) туристов* является высокое биоразнообразие, наличие определенных видов или объектов, возможность для проведения исследований. Визуальная привлекательность ландшафта, комфортность инфраструктуры играют второстепенную роль. Эта категория является наиболее предпочтительной для многих охраняемых территорий, но она немногочисленна и обеспечивает невысокие занятость и доход для местного населения.

Для *орнитологов-любителей (birdwatchers)* центральную роль играет высокое разнообразие и специфичность орнитофауны (ценится возможность зарегистрировать максимальное количество видов птиц за минимальный срок – иногда до 100 и более в день). Кроме этого, для значительной части представителей данной категории важны комфортабельные условия размещения и транспорт, непродолжительность переездов с места на место. Как и для первой группы, визуальная красота ландшафта играет второстепенную роль. Поскольку значительная часть зарубежных любителей орнитологии – люди достаточно обеспеченные, они могут принести весомый доход для охраняемых территорий (и значительно менее существенный для местных сообществ).

*Неспециализированные и «случайные» экотуристы* предъявляют высокие требования к визуальной привлекательности ландшафтов, комфортности инфраструктуры, организации развлечений и популярных познавательных программ. Собственно биологическое и ландшафтное разнообразие для них значительно менее важно по сравнению с представителями первых двух категорий. У этой группы большой потенциал спроса (при наличии соответствующих условий), поэтому они могут обеспечить значительно больший экономический эффект для местного населения.

Для любителей *приключенческого туризма* определяющую роль играет возможность активного времяпровождения (например, наличие интересных рек, пригодных для сплава желаемой категории сложности) и красота ландшафтов. Немаловажное значение имеют также степень удаленности района проведения тура, удобство подъезда и, соответственно, стоимость «заброски». Уровень комфортабельности условий проживания не играет существенной роли. Многие из российских самостоятельных туристов предпочитают путешествовать на полном самообеспечении, не приносят никакого дохода ООПТ и местным сообществам и потому не являются экотуристами. Но, в то же время, в мире получили широкое распространение организованные приключенческие туры, проводимые в соответствии с международными принципами экотуризма.

Основным туристическим продуктом российских ООПТ являются экскурсии по экологическим тропам и многодневные экологические туры.

Ниже приводятся общие рекомендации по разработке программ экологических туров, составленные преподавателями и студентами Университета г.Мюнстера (Германия) по результатам тест-тура по заповедникам Дальнего Востока.

В основе экотура должна лежать определенная концепция. Например:

- Путешествие «по следам» первых исследователей или русских поселенцев Дальнего Востока
- Наблюдение смены ландшафтов или растительных зон от побережья до вершин гор
- Как деятельность человека преобразует ландшафт
- Проведение научных исследований по выбранной тематике, и т. д.

Для «классических» экотуристов очень привлекательны комплексные и даже трансрегиональные программы, позволяющие за один приезд посетить несколько охраняемых территорий, очень разнообразных по своим природным условиям, и, тем самым, получить более полное представление о природе региона. Например, для них представляет большой интерес программа по заповедникам Дальнего Востока, включающая посещение 5-ти различных охраняемых территорий за три недели. Напротив, участникам более специализированных (научных) экотуров необходимо значительно больше времени для детального знакомства и исследования каждой охраняемой территории. Поэтому для них можно рекомендовать включить в трехнедельную программу посещение только две охраняемые территории.

Даже в случае неспециализированных комплексных туров, не стремитесь показать все достопримечательности региона сразу. Пусть лучше у людей останется желание приехать снова! А кроме того, после 5–7 дней интенсивных перемещений и экскурсий включайте в программу день отдыха.

В странах Западной Европы почти не сохранились ненарушенные природные ландшафты, поэтому специалистов и туристов из этих стран очень интересуют такие места, как леса, долины рек, прибрежные территории и т. д., где влияние человека отсутствует или очень низко. Поскольку Западная Европа плотно населена, большинству туристов интересно увидеть слабо заселенные ландшафты. Они охотно посещают сельскохозяйственные территории, поселки различного типа, знакомятся с транспортной инфраструктурой. Имеет смысл включить в программу посещение типичных сельскохозяйственных угодий, знакомство с методами ведения сельского и лесного хозяйства, садоводства, устройством деревянных домов и многими другими вещами, которые можно показать «по пути». Для экотуристов посещение промышленных заводов интересно только в том случае, если обсуждаются вопросы загрязнения, особенно в местах добычи полезных ископаемых. Всегда имеет смысл предусмотреть краткую обзорную экскурсию по крупным городам.

Для многих экотуристов очень приятно и интересно принять участие в полевой или эколого-образовательной работе сотрудников местных охраняемых территорий – создайте для них такие возможности.

Посещение питомников различных видов животных для зарубежных экотуристов представляет интерес только в том случае, если это редкие, уникальные для данного региона виды (например, амурский тигр). В Европе существует множество подобных станций.

Возможное содержание и особенности экотуристических маршрутов различного профиля подробно описаны в методических рекомендациях «Разработка и описание экотуристических маршрутов» (Б. А. Воронов, С. Д. Шлотгауэр, В. М. Сапаев, А. Н. Махинов. 2000). Приведем несколько выдержек из этой работы.

«Экотуристические маршруты прокладываются по наиболее интересным участкам (например, на юге Хабаровского края – по местам с реликтовой третичной, так называемой уссурийской, флорой или фауной). Предпочтительна закладка маршрутов от долины водотока к преобладающим высотам для наблюдения смен сообществ и зооценозов в пространстве и во времени. При составлении перспективной сети необходимо учитывать контрастность растительного покрова региона и по мере возможности привлекать это обстоятельство для демонстрации различия биоразнообразия кедрово-широколиственных, темнохвойных и светлохвойных лесов, имеющих различные генетические корни. Важно правильно вычленить количество объектов растительного мира, которые могут быть объектом показа. Необходимо, чтобы характеристики редких видов растений и животных составлялись специалистами и содержали полную научную информацию. Разработка, описание и проведение зооэкологических и эколого-ботанических маршрутов требует высочайшей профессиональной подготовки исполнителей. Прежде всего необходимо знать и уметь донести до туриста характер природных условий и историю их формирования на территории проведения маршрута. Сами маршруты профессионально могут быть ориентированы на самый широкий круг потребителей – от ботаников и зоологов - любителей до ученых-специалистов. Такой «профессиональный разброс» может быть удовлетворен как на одном и том же маршруте (путем выборочного сокращения маршрута, снижения или повышения интенсивности и сложности показа и изложения материала), так и на маршрутах, различных по протяженности, пространственной ориентации и степени информационной насыщенности. Более того, в рамках зоологического и ботанического направлений может быть множество специализаций (зоологи-ихтиологи, герпетологи, орнитологи, маммологи и др.; ботаники-флористы, геоботаники, специалисты по луговой, лесной, высокогорной растительности и др.), в связи с чем маршруты могут быть комплексными, либо отвечать интересам одной из специализаций. Это необходимо учитывать на предварительном этапе подготовки к разработке маршрута. ... Физическая сложность и транспортная обеспеченность этих маршрутов могут быть различны; необходимо учитывать физическую и некоторую специальную подготовку экотуристов (умение ходить по горам, преодолевать реки вброд и т. п.).

При разработке и описании *зооэкологических* и *эколого-ботанических* маршрутов нужно исходить из того, что каждый потенциальный маршрут должен быть достаточно хорошо обследован (желательно, в разные времена года, поскольку и животные, и растительные сообщества подвержены сезонной флуктуации). Приступая к прокладке маршрута, необходимо предусмотреть его максимальное информационное обеспечение, в связи с чем постараться проложить его через различные элементы ландшафта и природные комплексы, охватить им своеобразные, типичные и уникальные объекты показа. Вполне вероятно, что линия пеших или конных маршрутов в таком случае будет очень сложной и извилистой, но маршрут будет интересным и насыщенным.

В условиях, когда маршруты «привязываются» к уже существующим дорогам, тропам, сплавным рекам, на них должны быть предусмотрены места проведения радиальных и кольцевых экскурсий к интересным природным объектам, находящимся в стороне от основной линии маршрута. Такими объектами могут быть уникальные зоологические или ботанические сообщества, памятники природы, популяции (или микропопуляции) редких и интересных видов животных и растений или их отдельные места обитания (берлога медведя, гнездо черного аиста, нерестилище лососевых, гигантский кедр, тисовая роща, дикий женьшень и т. п.)

*Этно-экологические маршруты* должны включать в себя элементы естественной (или близкой к таковой) и измененной человеком среды, поселения или отдельные жилища представителей коренных народов, священные места, культурно-исторические памятники, посещение местных семей, демонстрацию специфических традиционных навыков приготовления бытовых приспособлений, элементов одежды; приготовление национальной пищи и ее дегустацию; посещение сувенирных производств и этнографических отделов краеведческих музеев; знакомство с фольклором. Необходимо уделить внимание некоторым, на первый взгляд малозначительным, элементам местности, с которыми у местных народов связаны сказания и легенды. Параллельно необходимо дать характеристики природных условий этно-экологических территорий, рассказать об их растительном и животном мире и показать их специфику и важность для коренных народов. Одной из задач организаторов этно-экологических маршрутов является максимально возможное вовлечение в их проведение представителей местных коренных малочисленных народов из числа образованных и уважаемых людей, знающих природу и местные обычаи.

При разработке туров *по рекам* необходимо обратить внимание на научное содержание экотура, например: история освоения (первые маршруты русских землепроходцев, создание «островов» и их роль в освоении края), знакомство с местными коренными народами и их культурой, биоразнообразие растительного и животного мира, редкие виды растений и животных, их охрана и т. д. Сведения об объектах показа, будь то растение, горная порода или животное, должны быть также составлены профессионально».

### **Описание программы многодневного экотура**

I. Описание региона и конкретных охраняемых территорий, по которым проводится тур. Оно должно включать сведения о природных условиях, ландшафтах, климате, особенностях флоры и фауны, наиболее типичных, а также редких и эндемичных видах растений и животных, истории создания упоминаемых охраняемых территорий, их наиболее интересных особенностях (прекрасно, если имеются какие-либо «изюминки», т. е. то, что можно увидеть только в данном месте и ради чего стоит приехать).

Описание региона должно быть в значительной степени ориентировано на конкретную целевую категорию посетителей. Так, если это любители орнитологии (birdwatchers), значительное место должно отводиться описанию особенностей местной орнитофауны. Описания, составленные для ученых и студентов, коренным образом отличаются от таковых для «неспециализированных» любителей природы. В последнем случае текст должен быть написан не сухим академическим, а живым «журналистским» языком, но, в то же время, включать достаточно подробную и биологически достоверную информацию. Это делает его доступным для посетителей с различным уровнем подготовки. Изложение должно заинтересовать читателя, увлечь его данным местом, показать конкретный блеск этой «жемчужины» (при этом следует избегать неоправданных «приукрашиваний»). Нужно сделать так, чтобы читатель полюбил это место, захотел помочь ему и побывать в нем.

Следует с осторожностью упоминать крупных млекопитающих, которые встречаются на охраняемой территории. Нередко информация о том, что в данном заповеднике обитают тигр или снежный барс, воспринимается посетителями как гарантия встречи с ними в природе, ради которой они целенаправленно приезжают. Чтобы избежать дальнейшего разочарования, необходимо сразу сделать оговорку о том, насколько трудно наблюдать этих животных в дикой природе.

Желательно подобрать для каждого тура привлекательное, яркое и запоминающееся название, отражающее его концепцию, которое вызывало бы желание принять в нем участие. Например: «В царство амурского тигра» (путешествие по заповедникам юга Дальнего Востока), «К сердцу священной Шамбалы» (пеший тур у подножия г. Белуха – высочайшей вершины Алтая).

### II. Описание собственно программы экотура

Желательно разработать несколько вариантов программ и маршрутов различной продолжительности – например: на 2–3 дня, на 7 дней, на 12–14 дней. Интересы и возможности клиентов

или партнеров, обращающихся к вам, могут существенно различаться, поэтому подобные варианты будут использоваться как «кирпичики» для подготовки окончательной программы тура применительно к пожеланиям заказчиков.

\* Средняя продолжительность тура:

«Классические» экотуристы – 14 дней

бизнесмены – 7–10 дней

Туры по наблюдению птиц (birdwatching) – 10–14 дней, иногда более.

Студенческие практики – до 30 дней.

Важно предусмотреть краткие программы посещения ООПТ для тех посетителей, кто находится в регионе в командировке, участвует в конференции и др.

Рекомендуется, помимо территории заповедника или нацпарка, включать в программу посещение интересных мест за ее пределами. Это позволит снизить нагрузку на охраняемые экосистемы и дополнить впечатления туристов.

По каждой экотуристической программе составляется подробное описание день за днем. Для каждого дня укажите географические названия посещаемых мест, протяженность переходов и переездов (километраж и/или примерное время в пути), условия ночевки, краткое описание посещаемых мест и основных достопримечательностей, перечень наиболее интересных видов, которые реально удастся увидеть или шансы увидеть которые достаточно высоки (список не должен быть слишком длинным, достаточно перечислить 5–8 наиболее ярких представителей).

Необходимо включить в программу резервные дни на случай непогоды.

В качестве одного из возможных примеров в Приложении 2 приводится описание программы эколого-познавательного тура «Природный комплекс «Осинки».

Транспортное обеспечение таких маршрутов может быть как единым (например, автомобильное), так и смешанным (железнодорожный, автомобильный, авиатранспорт, теплоходы и моторные лодки), в зависимости от цели, этапов и продолжительности маршрута. Могут быть также пешие и конные маршруты (например, по родовым тропам удэгейцев).

Необходимо четко оговорить до начала тура тип и уровень условий размещения и транспортного обслуживания, возможные трудности, с которыми придется столкнуться. В европейских странах и США туристы имеют особые права. Каждая деталь, описанная в программе тура или в рекламном материале (например, возможность пользоваться баней каждый день) автоматически воспринимается клиентом как часть контракта между ним и организатором тура. Если такая возможность на месте не предоставляется, турист имеет право потребовать обратно часть оплаты за тур. Аналогичная ситуация возникает, если туристическая компания или ООПТ, отвечающая за организацию тура, не в состоянии обеспечить размещение или транспорт соответственно описанию в программе тура.

III. Цена тура, что в нее включено. Обычно указывается общая цена с человека за комплексный тур, включая оплату проживания, транспорта, питания, услуг гидов-проводников, обслуживающего персонала, научных сотрудников и переводчиков, взнос за посещение охраняемой территории, посещение музеев и других достопримечательностей. Особо отметьте, какие услуги должны оплачиваться туристами дополнительно к стоимости тура (например, визовая поддержка, обеды в ресторанах во время городских экскурсий, дополнительные напитки, и др.).

IV. Дополнительная информация о программе

- Уровень сложности и необходимая физическая подготовка для участия в туре;
- Оптимальный сезон для посещения.
- Минимальное и максимально возможное количество туристов в группе. Возможно ли участие родителей с детьми? Минимальный возраст детей.
- Подробно опишите условия проживания: месторасположение, уровень комфорта, количество людей в номере, количество номеров. Наличие удобств, электричества, бани/сауны. Возможно ли организовать проживание туристов в семьях местных жителей?



- Организация питания. Особенности местной кухни.
- Во избежание недоразумений рекомендуется заранее оговорить с туристами тип транспорта, который будет использоваться в программе.
- Какие вещи и снаряжение туристам необходимо иметь с собой, и что может быть предоставлено на месте.
- Факторы риска (клещевой энцефалит, эндемические заболевания, наводнения, сели, лавины) и необходимые меры предосторожности.
- Какие программы и возможности можно предложить посетителям в дополнение к данному туру (обзорные экскурсии по городам, посещение этнографических и исторических достопримечательностей, спортивно-оздоровительные мероприятия, др.)? Краткие описания этих достопримечательностей.
- Если предполагается, что туристы самостоятельно добираться до места проведения тура, подробно опишите, где находится данная охраняемая территория, расстояние до ближайших центров, варианты проезда (поезд, автобус, водный транспорт, др.). Может ли заповедник/нацпарк предоставить транспортное обслуживание, на каких условиях?
- Связь: имеется ли возможность воспользоваться телефоном, факсом и электронной почтой?
- Вопросы обеспечения безопасности во время проведения программы.

#### V. Полезные сведения

- Карта территории заповедника или нацпарка и окрестностей с предлагаемыми вариантами маршрутов.
- Климатические условия, их различия в зависимости от сезона
- Укажите, имеется ли в заповеднике/нацпарке визит-центр, музей природы, питомники отдельных видов животных и др.
- Большим плюсом является подборка фотоиллюстраций о ландшафтах заповедника/нацпарка, растительном и животном мире, условиях проживания и т. п.
- Рекомендуемая литература

#### IV. Специальная информация

- (для специализированных групп – ученые, студенты естественных специальностей, орнитологи-любители и др.)
- Списки видов птиц, млекопитающих, земноводных и пресмыкающихся, рыб, насекомых.
  - Комментарии о том, какие виды животных и растений данного района представляют особый интерес (редкие, эндемичные, экзотические). Наиболее типичные для данного района виды. Уникальные особенности флоры или фауны данного региона (или конкретных охраняемых территорий).
  - Список научных и популярных публикаций о данном регионе и его природе, изданных как в России, так и за рубежом.

V. Желательно разработать материалы для дополнительной информации и экологического образования посетителей, которые можно раздавать в процессе тура, а также правила поведения посетителей в заповеднике или нацпарке.

#### ***Информация по организации научных туров***

Если вы планируете организацию научных туров или совместных исследований с зарубежными учеными, укажите, в приеме специалистов какого профиля вы заинтересованы. Перечислите темы, предлагаемые для работы. Опишите примерные программы и условия работы по каждой из тем (на какой сезон и какую продолжительность работы следует ориентироваться, как будет организовано проживание и питание, предлагаемая методика проведения работ, кто из сотрудников заповедника будет содействовать в этих работах, и т. д.)

### ***Информация по организации летних практик для иностранных студентов***

Заинтересована ли ваша ООПТ в организации летних практик для иностранных студентов естественных специальностей? Какие темы и программы работ вы можете предложить? Пожелания по составу групп и количеству студентов в них, сезонам работы. Подробно опишите условия проживания и питания, организацию и методы работ. Кто из сотрудников ООПТ является ответственным за проведение практик?

Аналогичная информация должна быть подготовлена для организации программ для зарубежных волонтеров.

### ***Дополнительные туристские услуги***

Помимо организации экскурсий и многодневных экотуров, охраняемые территории могут предлагать посетителям широкий спектр отдельных туристских услуг и товаров:

- Возможность остановиться на кордонах или в кемпингах, воспользоваться баней;
- Размещение на базах ООПТ и в частном секторе,
- Услуги транспорта;
- Информационные услуги;
- Разнообразные образовательные (лекции, слайд-шоу и др.) и консультационные услуги;
- Ярмарки, фестивали, выставки и другие мероприятия;
- Экологически чистые местные продукты питания, в том числе «дары природы»;
- Прокат туристского снаряжения;
- Карты-схемы туристских маршрутов;
- Сувениры, в том числе с символикой ООПТ,
- Печатная продукция (буклеты, брошюры, открытки, календари и др.);
- Аудио-, видео, и фотопродукция.

Потенциал спроса на такие услуги может быть достаточно велик. Их реализация будет способствовать привлечению новых категорий посетителей и налаживанию сотрудничества с местными жителями. Важно только, чтобы информация о возможности получения этих услуг была доступна для всех посетителей, а местные жители и предприятия участвовали в их предоставлении.

В рамках проекта «Сохранение биоразнообразия водно-болотных угодий Нижней Волги» Программы развития ООН был проведен инвентаризационный анализ эколого-туристского потенциала и разработан план действий по развитию экотуризма на проектных территориях. Работы выполнены кафедрой экологического туризма Астраханского государственного технического университета под руководством к.б.н., доцента Макаровой Т.А. В приложении 3 приводятся результаты этого исследования – перспективные направления развития экологического туризма и примерный ассортимент возможного турпродукта на территориях региона Нижней Волги.

### ***4.11. Формирование партнерства между ООПТ, местными и региональными туроператорами, НГО и другими потенциальными участниками экотуристической деятельности***

#### ***Взаимодействие с туроператорами***

*(Выдержки из работы Seballos-Lascuain, 1996, перевод Е. Ю. Ледовских)*

Туроператоры являются важнейшим компонентом экотуристической деятельности. Поэтому надо продумать, как можно оценивать их деятельность на ООПТ, и как наилучшим способом сотрудничать с ними. Туроператорами могут быть туристические агентства, учредителями

которых являются местные жители, либо национальные группы, либо международные компании, или же те, другие и третьи в тех или иных комбинациях. Туроператорской деятельностью могут заниматься общественные и государственные организации. С другой стороны, туроператором может считаться даже водитель, который зарабатывает некоторый дополнительный доход, периодически доставляя на ООПТ или в ее окрестности небольшое число посетителей.

По уровню осведомленности об охране окружающей среды и по вкладу в нее выделяют следующие *группы туроператоров*:

– «*Оппортунисты*» – просто «продают природу», обнаружив в этом новый для себя прибыльный рынок; обычно они не озабочены воздействием своей деятельности на природную и культурную среду;

– «*Чувствительные*» – эта группа осведомлена о проблемах страны, где организуются туры, и разрабатывает туры по принципу минимизации воздействия на окружающую среду; однако, основным мотивом их деятельности остается извлечение прибыли;

– «*Конструктивисты*» – жертвуют часть своих доходов на нужды охраны природы и местных сообществ;

– «*Активисты*» – туроператоры, которые играют решающую роль в охране и улучшении тех территорий, которые посещают, – например, посредством участия в совместных проектах с некоммерческими организациями; они вкладывают существенную часть своей прибыли в фонды охраны природы.

Заниматься организацией туров могут и некоммерческие организации – например, для обслуживания своих сотрудников, в ознакомительных, образовательных или научных целях, для сбора денежных средств на благотворительные нужды. Некоторые некоммерческие организации специально организуют туры для сбора средств на охрану природы. Кроме этого, некоторые некоммерческие туроператоры стимулируют своих клиентов делать добровольные пожертвования. Например, американская неправительственная организация Nature Conservancy организует туры, которые включают добровольное пожертвование в размере 300 американских долларов для финансирования природоохранных программ на посещаемых ими территориях.

Известная туристическая компания Victor Emmanuel Nature Tours, специализирующаяся главным образом на турах для наблюдателей птиц, во время одного из путешествий в Коста Рика пожертвовала 500 долларов за каждого туриста для того, чтобы выкупить участок дождевого тропического леса, находящегося под угрозой исчезновения. Кроме этого, в своем информационном письме, разосланном 10 тысячам человек, это агентство выступило с призывом принять на себя обязательство пожертвовать определенную сумму за каждый вид птиц, который доведется увидеть во время тура. В результате данной кампании удалось собрать около 16 000 долларов. Несколько других туристических агентств в Коста Рике также совершили добровольные пожертвования для системы национальных парков.

Как ни странно, нередко небольшие турагентства жертвовали на охрану природы больше, чем крупные. Имеется несколько международных туроператоров (например, International Expeditions), которые постоянно осуществляют денежные пожертвования природоохранным организациям. Туристы – клиенты этих агентств особенно удовлетворены тем фактом, что определенный процент стоимости, которую они заплатили за тур, пойдет на нужды охраны природы. Некоторые природоохранные организации также организуют специальные туры, которые дают возможность принять реальное участие в выполнении проекта по охране окружающей среды в посещаемой стране.

При оценке деятельности туроператоров следует обратить внимание на следующие моменты (по материалам Центра ответственного туризма (Center for Responsible Tourism), США, и Ecumenical Coalition on Third World Tourism, Таиланд):

– демонстрирует ли туроператор понимание природного и культурного наследия данной территории, бережное отношение к ее природе и ресурсам, а также к обычаям и традициям местного населения?

- в какой степени при организации туров используются продукты питания и другие товары местного производства?
- как организуется проживание, используются ли при этом возможности, предоставляемые местными жителями или организациями?
- обеспечивает ли туроператор создание дополнительных рабочих мест (постоянных или временных) для местных жителей, в какой степени?
- обеспечивается ли адекватная компенсация местным жителям за услуги, предоставляемые туристам?
- обеспечивается ли адекватное обучение персонала, участвующего в проведении туров?
- создаются ли возможности для общения и взаимодействия туристов и местных жителей, насколько это взаимодействие удовлетворяет обе стороны?
- делаются ли необходимые договоренности по организации тура заранее?
- насколько надежно соблюдаются туроператором договоренности, сделанные заранее?
- обеспечиваются ли в процессе туров возможности для экологического образования посетителей?
- применяются ли экологически безопасные технологии, сбор и утилизация мусора, экономное использование воды?

На каком бы уровне ни развивался туризм на охраняемой территории, ее менеджеры должны уделять внимание установлению хороших рабочих отношений с наиболее «экологически дружелюбными» туроператорами.

При этом необходимы:

1) тщательный отбор туроператоров для работы с ОПТ, исходя из их понимания задач охраны природы, желания активно участвовать в ней и положительного вклада их бизнеса в местное социально-экономическое развитие;

2) обучение туроператоров.

Необходимо четко определить, какого типа туроператорам будет разрешено работать на охраняемой территории, и какие виды услуг им разрешается предоставлять. В Великобритании Countryside Commission опубликовала специальное руководство для туроператоров в национальных парках. Это руководство предоставляет собой подробную информацию и рекомендации как для действующих, так и для потенциальных туроператоров – начиная от описания категорий туристов, посещающих парки, до рекомендаций по всем видам услуг, которые могут предлагать туроператоры. Поскольку менеджеры парков лучше, чем кто-либо другой, знают своих посетителей, именно они могут оказать неоценимую помощь туроператорам в обеспечении услуг, приносящих, с одной стороны, доход, а с другой – совместимых с задачами парков.

Менеджерам ОПТ следует обучить туроператоров адекватным правилам поведения на природе (например, избегать беспокоить животных или разрушать их местообитания) и использованию природных ресурсов («зеленым» технологиям и методам минимизации воздействия на окружающую среду, связанным со сбережением энергии и воды). В определенных случаях могут быть эффективными целые программы обучения. На охраняемой территории Аннапурна (Непал) специальная программа обучения помогла владельцам гостиниц и приютов понять, что они могут существенно уменьшить свое отрицательное воздействие на природу, если вместо традиционных дров будут использовать печи, работающие на керосине. Одновременно участие в программе позволило им увеличить свои доходы, поскольку улучшение санитарных условий в гостиницах и прогресс в изучении английского произвели положительное впечатление на туристов.

Менеджеры ООПТ могут со своей стороны оказывать некоторое влияние на экономические эффекты туризма в данном районе – например, стимулируя туроператоров принимать на работу местных жителей, использовать жилье, предоставляемое местными хозяевами, покупать продукты питания местного производства. Получая больше преимуществ от развития туризма на ОПТ, местные жители будут иметь стимулы оказывать этим ОПТ поддержку.

Администрация охраняемых территорий может оказать особое содействие отдельным туроператорам по своему выбору или поощрить тех, кто наиболее активно помогает ООПТ – например, делясь с ними своим опытом, организуя совместную рекламу или ставя условием, чтобы туристы пользовались услугами только тех туроператоров, которые имеют специальное разрешение работать с данной ООПТ.

Туроператоры также могут оказывать содействие ОПТ, предлагая, например, идеи для рекламы, или помогая получить какие-либо дополнительные экономические преимущества.

Экономические взаимоотношения также должны быть двусторонними. Туроператоры должны осознавать необходимость вносить непосредственный экономический вклад в охрану природы и местного социально-экономического развития. Кроме того, процент от доходов от продажи лицензий операторам природных туров может (и должен) направляться непосредственно на охрану и управление охраняемой территорией.

Туроператоры могут оказать немалое содействие ОПТ, демонстрируя свою приверженность задачам охраны природы, повышая экологическую грамотность своих клиентов и стимулируя их бережное отношение к природе.

В некоторых странах туроператоры даже начали сами регулировать свою деятельность в отношении национальных парков. Так, в Англии создана Ассоциация общественных и частных туристических организаций, работающих с национальным парком Дартмур (Dartmoor), которая помогает координировать их деятельность и предотвращать проблемы, связанные с переэксплуатацией. Деятельность Ассоциации охватывает территорию, в два раза большую, чем площадь самого национального парка, и таким образом обеспечивает для него своеобразную буферную зону. Ассоциация содействует также распределению части дохода от туристической деятельности на нужды местных сообществ и принимает меры к распределению части туристского потока за пределы национального парка, чтобы снизить давление на его экосистемы. Еще один важный аспект деятельности Ассоциации – программа по экологическому образованию и воспитанию. Ассоциация разработала стратегию с целью максимизации потенциальных преимуществ для местной туристической экономики путем использования широкого спектра методик экологического образования и воспитания. Был выявлен полный «реестр» мест и видов деятельности, представляющих интерес для посетителей, и определен и целенаправленно задействовано максимально возможное число категорий посетителей. При разработке стратегии справедливо полагалось, что ее результатом станет увеличение преимуществ для посетителей (новые, «неиспорченные» места) и местных туроператоров (возрастание спроса). Успех этой программы в значительной степени был связан с сотрудничеством между различными группами участников. Однако стоимость такой программы оказалась весьма велика. Финансовые средства на ее осуществление были предоставлены Советом по туризму Англии, а также из коммерческих и спонсорских источников.

Приведем основные руководящие принципы, разработанные Обществом экотуризма (The Ecotourism Society) для операторов природного туризма:

- Обеспечить для посетителей базовую информацию о том, как они могут снизить свое влияние на природную и культурную среду во время путешествия.
- Организовать беседы-брифинги, а также предоставить информацию в печатном виде, чтобы подготовить туристов к встрече и взаимодействию с местными культурами, животным и растительным миром.
- Содействовать минимизации влияния посетителей на окружающую среду, в случае необходимости принимать меры для предотвращения воздействия.
- Обеспечить специальную информацию и ресурсы для персонала, дать им возможность содействовать кампании по предотвращению воздействия на окружающую среду и местные культуры.
- Принимать местных жителей на работу во всех аспектах, связанных с организацией туров.
- Вносить финансовые средства на охрану природы посещаемого региона.

– Обеспечить для постоянных и временных сотрудников доступ к программам, которые улучшат их способность информировать клиентов и управлять их поведением в местах с чувствительной природной и культурной средой.

– Предлагать условия размещения, находящиеся в гармонии с местной природой и традициями, не допускать неразумной эксплуатации местных ресурсов и разрушения окружающей среды, обеспечивать возможность для взаимодействия туристов с местными сообществами на основе внимания и уважения к их образу жизни и традициям.

– Группы должны находиться под руководством лидера и быть достаточно малы, чтобы воздействие на окружающую среду оставалось минимальным. Следует избегать территорий, которые не имеют адекватного менеджмента или подвергаются слишком сильному туристическому прессу.

В приложении 4 приводятся принципы организации путешествий, разработанные Национальным обществом «Одюбон».

Развитие менеджмента в экологическом туризме призвано повысить эффективное управление деятельностью туристских предприятий, в том числе:

- обеспечить соответствие рекламируемых достоинств туристских маршрутов и сопутствующих услуг качеству этих услуг, предлагаемых в действительности;
- обеспечить максимальный учет запросов потребителей экологического туризма при формировании туристских маршрутов по их сложности, сезонности, видам, продолжительности и т. д.;
- обеспечить защиту жизни и здоровья путешественников на маршрутах;
- обеспечить при проведении туров максимальное сохранение окружающей среды и культурных ценностей посещаемых территорий.

#### **4.12. Сотрудничество с местным населением в сфере развития экотуризма**

*По материалам К. Brandon, 1993.*

*(В кн.: Ecotourism: A Guide for Planners and Managers).*

*Перевод Е. Ю. Ледовских*

Создание заповедников и других охраняемых природных территорий нередко связано с неизбежными ограничениями хозяйственного использования местными жителями земель, продуктов леса и т. д. Неудивительно, что отношение населения к охраняемым территориям в местах его традиционного хозяйствования во многих случаях оставляет желать лучшего. Один из насущнейших вопросов при планировании устойчивого развития регионов: **как сделать так, чтобы местные жители стали содействовать охране природных ресурсов и увидели те преимущества, которые это им может обеспечить?**

Развитие экотуризма – при правильной его организации – может стать важнейшим средством, которое способно:

- компенсировать населению ограничение его привычной экономической деятельности,
- обеспечить экономические стимулы устойчивого природопользования, и тем самым
- побудить местные сообщества к природоохранной деятельности.

В результате осуществления проектов развития экотуризма местные жители должны получать экономические, социальные, политические, культурные и прочие преимущества (как индивидуальные, так и коллективные). Таким преимуществом, в частности, является создание новых рабочих мест (гиды, сотрудники лесной охраны) и дополнительные возможности для сбыта местной продукции и сувениров.

Однако, чтобы получаемые подобным образом доходы действительно в конечном счете «работали» на решение природоохранных и социально-экономических задач, требуется чрезвычайно тщательная проработка проектов. Ведь туризм способен очень быстро изменять социальные и экономические условия в затрагиваемых им регионах как в положительную, так и в отрицательную сторону. Были случаи, когда развитие экотуризма приводило к многочисленным проблемам. Одной из важнейших причин этого, помимо причин общеполитического и общеэкономического характера, являлось то, что развитие экотуризма осуществлялось исключительно сторонними организациями. Местное население не имело возможности реально влиять на характер процессов, непосредственно затрагивающих его интересы. Его потребности и предпочтения не интегрировались в процесс планирования, а основные поступления от развития такого туризма «утекали» за пределы данной территории.

Практика показывает, что остановить разрушительные способы использования природных ресурсов без изменения социальной и экономической ситуации в местных сообществах малореально, и что попытки развивать туризм без участия местного населения нередко приводят к негативным социальным и экономическим последствиям. Только подобное участие может являться гарантом того, что значительная часть доходов от развития экотуризма останется в данном районе и послужит стимулом к охране природы. Более того, отсутствие заинтересованности и участия местного населения в проектах по развитию экотуризма в том или ином регионе скорее всего приведет к тому, что результаты этих проектов не будут устойчивыми в долгосрочной перспективе, как с природоохранной, так и с экономической точек зрения, и вложенные средства «уйдут в песок».

Итак, проекты развития туризма с участием местных сообществ как раз и направлены на то, чтобы дать этим сообществам возможность самим решать, какой тип развития для них наиболее желателен, а затем содействовать его осуществлению, поскольку **с этической точки зрения, именно местные жители, а не сторонние участники, должны играть определяющую роль в решении вопросов, связанных с будущим территории их проживания.**

*Принцип участия местного населения* в развитии экотуризма означает возможность превратиться из пассивных зрителей в активных участников, самим управлять ресурсами, принимать решения и осуществлять контроль за деятельностью, которая самым непосредственным образом влияет на всю местную жизнь. Это подразумевает и то, что местное сообщество само, в каждом конкретном случае, принимает решение, участвовать ли ему в развитии туризма или нет.

Из всего вышесказанного очевидно, что для того, чтобы те или иные проекты экотуризма увенчались успехом, местные жители и их интересы должны стать неотъемлемой частью этих проектов.

Необходимость взаимосвязи управления охраняемыми территориями и их деятельности с экономической деятельностью местных сообществ была подчеркнута в Мировой Стратегии охраны природы (JUCN, 1980). А Международный Конгресс по национальным паркам (1982) особо отметил необходимость привлекать местное население к планированию и управлению охраняемыми территориями. Конгресс призвал к **усилению поддержки сообществ, живущих в окрестностях ООПТ, посредством таких мер, как образование, участие в разделении доходов, принятии решений, разработке схем развития, совместимых с задачами ОПТ.**

В последние годы было разработано немало комплексных проектов, направленных на использование экологического туризма в целях связи охраны природы и местного развития. **Ключевая задача всех подобных проектов – содействие социально-экономическому развитию и обеспечение местных жителей источниками доходов, не угрожающими состоянию природных ресурсов.**

Нижеследующее письмо воображаемого туриста демонстрирует типичную организацию путешествия, соответствующую принципам участия местного населения. И оно же позволяет понять, как можно увеличить долю этого участия. (Источник: Keith W. Sproule. Правила экотуризма, основанного местными сообществами: роль партнерства в реализации проектов).

## **ПИСЬМО ДОМОЙ**

*Дорогая моя семья!*

*Пишу вам из национального парка \_\_\_\_\_. Ничего подобного я в жизни не испытывал. Я и представить не мог, что буду так наслаждаться этим путешествием!*

*Начать с того, что мы очутились в самой что ни на есть «глубинке», у местных жителей. Добирались мы сюда весь день напролет. В деревне, где мы остановились, проводится уникальная программа по развитию экотуризма, основанного самими местными сообществами. Это значит, что местные жители вовлечены буквально во все стороны экотуристической деятельности, осуществляемой на территории их региона.*

*Когда мы прибыли, нас приветствовал один из организаторов, представитель местных жителей, который пригласил нас в деревенский дом для гостей, чьи отделка и интерьер не отличаются от других домов этой деревни. Нам сказали, что, чтобы построить такой дом, требуется всего два месяца. Внутри дома 6 комнат на 12 мест, где свободно разместилась вся наша группа.*

*После обеда один из управляющих домом для гостей организовал для нас длительную экскурсию в окрестности деревни. Здесь столько интересных с исторической точки зрения мест! А на следующий день мы отправились пешком до водопада. Наш проводник (он говорит по-английски) рассказал нам все о лесных лекарственных растениях, о традиционном использовании местных ресурсов. Он сказал, что очень любит рассказывать приезжим о своей родине и об укладе жизни людей в его деревне. Однако, умолчал о том, что, несомненно, любит еще и подзаработать на приезжих туристах! Чем я наслаждался здесь больше всего, так это дегустацией местных блюд. Вчера я участвовал в приготовлении пищи и, думаю, узнал много нового о приправах.*

*Знакомство с жизнью деревни стало интереснейшей частью моего путешествия. Именно о такой жизни я мечтаю, сидя в своем офисе!*

*Вчера вечером мы отправились дальше. Я с нетерпением жду встречи с другой частью этой удивительной страны. Нам сказали, что в следующем пункте нашей программы для нас уже забронированы места в прелестной гостинице.*

*Ну, до встречи!*

*P.S. Везу вам несколько сувениров – чудесные вещицы ручной работы из деревенского Центра женских традиционных рукоделий. Уверен, вам они понравятся.*

Это письмо демонстрирует типичную картину, с которой могут сталкиваться иностранные туристы в местных сообществах всего мира. Местное сообщество участвует во всех описанных мероприятиях, включая размещение гостей, организацию питания и экскурсий, продажу сувениров.

В письме описываются возможные выгоды, которые могут быть получены от развития туризма **в отдаленных сельских районах**. Выгоды следующие: повышение уровня благосостояния сельских районов; создание благоприятных условий для налаживания и развития местного производства благодаря разумному распределению доходов от туризма; бережное отношение местных жителей к ресурсам; наконец, увеличение спектра региональных и национальных туристических услуг.

Письмо демонстрирует, какими должны быть местные туристические инициативы. что участие местного населения приводит к развитию малого предпринимательства, ориентированного на экотуризм.



Чрезвычайно важно, что сообщество охраняет те природные территории, куда водит посетителей (лесные массивы, морские побережья и т. д.). Получение местными сообществами доходов от предпринимательства в сфере экотуризма возможно только в случае, если они берут на себя заботу об охране источника и объекта экотуризма – природных ресурсов. А эти доходы, в свою очередь, направляются на улучшение качества жизни.

### **“За” и “против”**

Преимущества включения местного населения в проекты развития экотуризма достаточно много:

1) Участие местного населения обеспечивает более эффективное планирование и принятие решений по проекту. В результате консультирования с местными жителями, изучения общественного мнения, менеджеры проекта уже на стадии планирования могут получить более полную информацию о возможных нюансах реализации проекта и избежать таких планов и решений, которые впоследствии могли бы вызвать конфликты с местным населением.

2) Интересуясь мнением местных жителей, привлекая их к участию в осуществлении проекта и управлению им, вы заручаетесь их доверием и поддержкой: в большинстве случаев, когда людям известно, что действие должно послужить к их благу, они будут поддерживать его.

3) Активное участие в планировании и выполнении проекта, обучение и тренинги создают условия для понимания местным населением как необходимости данного проекта, так и идеи устойчивого развития в целом.

4) Участие местного населения побуждает менеджеров проекта к большей ответственности перед ним и тем самым гарантирует, что проект послужит на благо местных сообществ.

5) Помимо трудовой деятельности вкладом местных жителей в выполнение проекта может быть и разделение ими финансовых затрат.

6) Именно участие местного населения может обеспечить устойчивость результатов природоохранных проектов в долгосрочной перспективе.

Однако участие местного населения не следует считать панацеей – оно может иметь и негативные стороны:

1) Организация вовлечения местного населения в проект увеличивает количество необходимого персонала (менеджеров, администраторов) и, следовательно, стоимость проекта. Для многих проектов просто нереально обеспечить требуемый масштаб предварительной работы.

2) Нередко местные сообщества оказывают сильное давление на разработчиков и менеджеров проекта с тем, чтобы повысить степень или расширить круг услуг по сравнению с изначально запланированными, что неизбежно увеличивает стоимость проекта. К тому же интересы частного сектора могут требовать слишком быстрых действий. Может возникнуть даже угроза потерять контроль над ходом проекта.

3) Преимущества не всегда достигают тех ключевых групп населения, для которых они были запланированы.

4) Подробное информирование местных жителей о проекте может усилить их недовольство и недоверие в случае, если реализация проекта откладывается или если в ее ходе не удастся обеспечить всей полноты преимуществ по сравнению с запланированными.

5) В политически нестабильных районах попытки вовлечь в реализацию проекта различные местные организации могут способствовать возникновению конфликтов или даже парализовать выполнение проекта, создав существенные проблемы.

Приходится констатировать, что, хотя в мире и существует огромное число регионов, где развивается экологический туризм, успешных примеров сотрудничества с местным населением немного. Анализ зарубежных проектов, направленных на взаимосвязанное решение задач охраны природы и местного развития, показывает, что в большинстве случаев местные жители получают лишь незначительную часть преимуществ от развития туризма. Особенно непросто

обеспечить устойчивую взаимосвязь между доходами, получаемыми местными сообществами от экотуризма, и усилением охраны природных территорий.

При разработке проектов по развитию экотуризма необходимо учитывать и то, что потребности и желания местных жителей в различных сообществах (и даже в одном и том же) могут сильно отличаться.

Рассмотрим возможные трудности и пути их решения на примере двух проектов, специально ориентированных на извлечение из развития экотуризма преимуществ для охраны природы и местных сообществ. Осуществлялись настоящие проекты на базе природоохранной территории Аннапурна в Непале (Annapurna Conservation Area) и Заказника зимующих бабочек-данаид в Мексике (Monarch Butterfly Overwintering Reserve). Первый из них демонстрирует один из наилучших примеров успешного решения упомянутых задач; второй – сложности, которые могут возникнуть при попытке увязать развитие экотуризма с задачами социально-экономического развития района.

Ежегодная миграция миллионов бабочек-данаид является одним из замечательных природных явлений Центральной Мексики. Чтобы стать свидетелями этого уникального зрелища, около ста тысяч туристов ежегодно посещают один из заказников. Прежде отсутствие возможностей для занятости местного населения, снижение его уровня жизни, а также низкий уровень продуктивности сельского хозяйства приводили к возрастающему стихийному распространению рубок, выпасу скота и расширению сельскохозяйственных угодий на территории заказника. Затем одной из мексиканских неправительственных организаций был разработан проект, направленный на организацию посещений этой территории туристами, создание визит-центра, обеспечение местным жителям дополнительного дохода (часть поступлений от входных билетов направлялась на нужды местного сообщества). В ходе проекта с участием местных жителей были высажены деревья, обустроены тропы, созданы магазины и киоски, управляемые местным сообществом. Одновременно данная неправительственная организация вошла в контакт с правительством страны с целью разработки комплексного плана развития региона (который, к сожалению, не был утвержден). Несмотря на исключительно высокий потенциал заказника для развития экотуризма, в ходе проекта не удалось достичь существенного уровня участия в нем местного сообщества и обеспечить реальный механизм для снижения деградации природной среды.

В отличие от заказника в Мексике, Природоохранная территория Аннапурна в Непале охватывает огромную площадь. Ежегодно регион посещает более 30000 туристов. Высокое количество туристов привело к созданию множества мини-гостиниц и кафе, которые обеспечивали доход многим местным жителям. Однако обратной стороной данного процесса явилось то, что леса начали уничтожаться в целях добывания горючего для посетителей и расширения сельскохозяйственных угодий, увеличилась степень загрязнения воды, возросло количество мусора на маршрутах, ухудшились санитарные условия в регионе в целом.

Далее с целью минимизации негативного воздействия туризма и содействия охране природы и социально-экономическому развитию региона был приведен в действие «Проект Природоохранной территории Аннапурна»: а) введены механизмы, при которых часть доходов от туризма направлялась на нужды развития сообщества, б) децентрализовано управление – делегировано представителям местных сообществ, в) организовано обучение для местных организаций и частных лиц. Вовлечение местного населения включало также г) создание комитета по управлению гостиницами и д) возрождение существовавшего ранее комитета по управлению лесами, ответственного за усиление регулирования использования природных ресурсов, борьбу с браконьерством и контроль за рубками леса. В результате удалось существенно снизить деградацию лесного покрова, улучшить состояние троп, а местное население принимает все более активное участие в контроле за использованием ресурсов.

Почему же долгосрочный эффект этих проектов оказался настолько различным – ведь оба были ориентированы на использование экотуризма в качестве средства для решения задач

охраны природы и социально-экономического развития, оба осуществлялись неправительственными организациями и подразумевали сотрудничество и поддержку частного сектора, местных жителей?!

Одно из основных различий заключалось в том, что в Аннапурне местные жители были привлечены к участию в проекте с самого начала – еще на стадии его разработки и планирования. Напротив, в мексиканском проекте их участие началось только после того, как неправительственная организация и правительство определили проблемы и меры, необходимые для их решения.

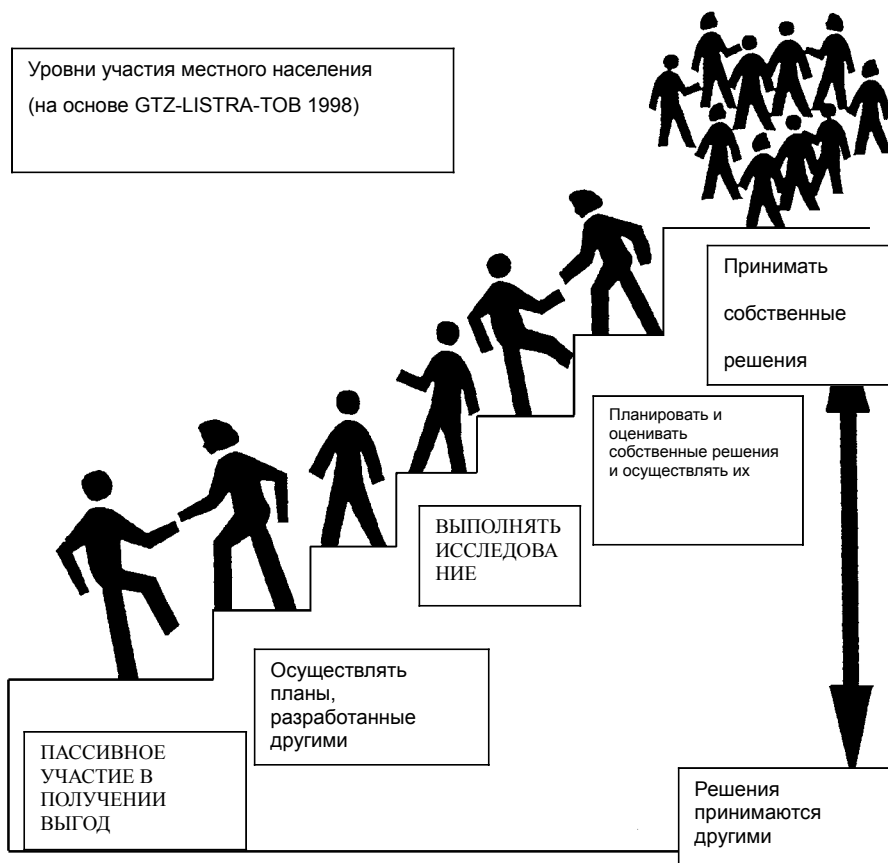


Рис. 4.4. Формы участия местного населения в экотуристической деятельности (по Strasdas, 2001):

Участие местного населения в проекте развития экологического туризма может быть **экономическим**. Это прежде всего участие в разделении доходов, в получении экономической выгоды от экотуризма.

Экономическое участие местных сообществ может осуществляться и иным образом. Существуют следующие его формы:

1. **Отчисление** доходов от туризма в адрес администрации охраняемой территории в качестве компенсации за природопользование или за эксплуатацию коммунальных объектов (проекты в буферных зонах);
2. Плата за **передачу прав пользования** от местных органов управления иногородним туристическим компаниям (аренда и т. п.);
3. **Оказание** на местах **предварительных услуг** турфирмам (например, снабжение продуктами питания, строительными материалами, ремесленными изделиями и т. п.);
4. Работа **по найму** (служащие профессиональных туристических агентств);
5. **Самостоятельная** предпринимательская деятельность, осуществляемая в индивидуальном порядке или группами / кооперативами (коммунальные туристические проекты);
6. **Совместные предприятия** с профессиональными туристическими компаниями.

*Согласно исследованию Ingram and Durst (1989), при организации экотуров американскими туроператорами наиболее распространенные позиции, занимаемые гражданами принимающей страны: гиды и переводчики (20%), водители (8%), носильщики (8%), повара (6%), менеджеры и туроператоры (8%).*

Все вышеперечисленное обеспечивает местному населению дополнительные доходы или прочие преимущества. Однако это еще не означает полноценного участия в принятии решений – **участия политического**.

К сожалению, большинство проектов по экотуризму остается в рамках приверженности принципу распределения прибылей; решения же относительно **характера проекта, обеспечения занятости, общего типа развития** этого бизнеса принимаются далеко за пределами места их реализации.

В мексиканском проекте, о котором шла речь выше, местные жители участвовали в доходах, но не участвовали в разработке проекта. Многие из них получали известные “преимущества” и возможности дополнительного заработка, однако все они не чувствовали проект “своим”. Напротив, проект в Непале был продуман таким образом, чтобы помочь местным жителям научиться **самим** управлять территорией и ее ресурсами. Местные люди были привлечены к участию в проекте с самых первых его шагов, с определения проблем, и потому они сознавали важность их решения.

Под политическим участием в данном контексте подразумевается участие в принятии решений не только в сфере развития туризма, но и в других сферах, касающихся охраняемых природных территорий.

Самым первым шагом на пути участия местного населения в проекте может стать сбор информации. Достоверная информация о сообществе и его предпочтениях является базисом для развития адекватных планов развития экотуризма. Сбор информации важен независимо от того, кем в конечном итоге будет приниматься решение. На этой стадии возможно определить а) местных лидеров, б) какие организации существуют на месте, в) главные приоритеты сообщества, г) какие идеи, ожидания и сомнения местные жители связывают с развитием экотуризма.

*Первый вопрос, который всегда необходимо задавать местным жителям перед тем, как начать действовать: Хотите ли вы, чтобы в вашей местности (на вашей территории) развивался экотуризм? Однако, чтобы ответ не был заведомо отрицательным, прежде надо снабдить опрашиваемых объективной информацией о позитивных и негативных перспективах их жизни, рассматривая ее в широком социально-экономическом и культурном контексте. И каким бы ни было их решение, к нему надо отнестись со всем уважением.*

*Свяжитесь с теми сотрудниками местных научных организаций и учреждений, кто располагает наиболее полной и достоверной социологической, этнографической и т.д. информацией по данному региону. Посоветуйтесь: какие сферы деятельности и какая продукция местного производства могут быть наиболее приемлемы в туризме и принесут наибольшую пользу всему местному сообществу в целом? Например, это могут быть народные танцы и церемонии, прикладные искусства и ремесла, национальная кухня и т.д. Каждый продукт должен рассматриваться не просто как объект коммерции, но как неотъемлемый элемент опыта, знания о местной культуре, приобретаемого туристом в процессе путешествия.*

Именно сбор информации оказал определяющее влияние на успех проекта в Аннапурне. На этой стадии стало очевидно, что значительная часть населения против создания на данной территории *национального парка*, опасаясь, что это ключевым образом изменит уклад жизни и приведет к необходимости переселения. В результате была разработана иная категория охраняемой территории, предполагающая возможность ее множественного использования. Инициатива получила поддержку правительства и была успешно реализована. Таким образом, **сбор**

**информации и диалог с местными жителями на начальных стадиях может быть жизненно важен для успеха проекта.**

Опыт и идеи, полученные в процессе сбора информации, а также всю другую имеющуюся в наличии информацию (результаты маркетинговых исследований, планы правительства по развитию данной территории и т. д.) следует представить на обсуждение местным сообществам. Для этого необходимо распространить информацию и привлечь к обсуждению представителей различных групп. Важнейшим компонентом данной фазы является обучение (тренинги), в котором могут нуждаться как местные организации различного уровня и плана, так и жители, с тем, чтобы в дальнейшем они могли более успешно осуществлять управление.

Цель вышеизложенных действий: люди и организации должны почувствовать, что имеют к проекту непосредственное отношение.

Еще один способ привлечения местного населения на начальном этапе – проведение консультаций.

Однако надо иметь в виду, что консультирование местных жителей и опрос их мнения – это еще не участие в полном смысле слова. Принцип участия, как говорилось, подразумевает, что местные жители не только высказывают свое мнение, но и обладают реальным правом голоса в процессе принятия решений.

Одной из форм участия местного населения в развитии ООПТ может стать организация Общественных консультативных (координационных) советов при ООПТ, которые способствуют налаживанию диалога между сторонами. В рамках проекта ПРООН/ГЭФ предпринимаются попытки создать Общественные координационные советы на каждой ООПТ региона Нижней Волги. В главе 3.4 описывается опыт создания Общественного координационного совета для национального парка «Смоленское поозерье».

### ***Практические подходы к планированию участия местного населения***

(По К.Brandon, 1993)

#### **I. Определение роли местного населения в проекте**

Определите цели и задачи проекта развития экотуризма с тем, чтобы четко представить себе, как местное население может содействовать достижению этих целей наиболее оптимальным способом.

#### **II. Создание рабочей группы экспертов**

Для работы по компоненту участия местного населения необходимо создать группу специалистов, желательна включающую людей с опытом работы в области социологии, психологии, изучения общественного мнения, а также работы со средствами массовой информации.

#### **III. Предварительные исследования**

Проведите предварительное изучение политических, экономических и социальных условий в местных сообществах. Полученные данные можно дополнить в процессе социологических обследований, в интервью с местными жителями, семьями, лидерами сообществ, в групповых дискуссиях. Необходимо выяснить, возможна ли политическая поддержка тех демократических принципов, на которых основан принцип широкого участия местного населения.

Анализ должен включать следующие компоненты:

- 1) *Оценку потребностей и стремлений местных жителей;*
- 2) *Выявление главных местных лидеров, местных организаций или групп (промышленные группы, природоохранные организации, организации по интересам). Определите, какие из этих групп пользуются наибольшим влиянием в местных сообществах. Выявите, кто наилучшим образом*

*может представлять интересы местных жителей, кто может быть возможными участниками и менеджерами в процессе вовлечения местного населения.*

3) *Выявление основных газет, ТВ и радиостанций;*

4) *Выяснение мнения местного населения об участии в данном проекте.*

5) *Определение возможностей и ограничений местных органов власти и НГО в поддержке участия местного населения. Выясните, какие организации могут играть главную роль в этих процессах. Есть ли необходимость усилить существующие организации или создать новые?*

6) *Оценку традиций, сложившихся в местных сообществах в отношении использования природных ресурсов (охота и др.), взглядов на вопросы охраны окружающей среды, принципы землепользования, использование водных ресурсов, управление ресурсами.*

7) *Определение, какие группы людей могут принять наиболее активное участие в проекте, и почему.*

8) *Оценку, кто распоряжается финансовыми средствами.*

9) *Оценку землепользователей.*

10) *Оценку культурных ценностей. Определите, какие стимулы можно использовать для изменения отношения местных жителей к окружающей среде, если это необходимо.*

#### IV. Определение уровня участия местного населения

Этот процесс начинается с тщательного анализа информации, полученной на предыдущих стадиях. Будут ли местные власти оказывать поддержку вовлечению местного населения? Если нет, то можно ли задействовать для обеспечения его участия существующие НГО – или необходимо создать новые? Если сложившиеся политические и социальные условия благоприятны для широкого участия, определите, какая степень участия будет оптимальной, и на какой стадии проекта.

Если рабочая группа приходит к выводу, что местное участие целесообразно лишь на уровне обмена информацией или консультаций на всех или некоторых стадиях проекта, ограничьтесь фазами V и VI. Если же предполагается, что местные жители будут участвовать в принятии решений по вопросам разработки и реализации проекта, необходимо пройти все 9 фаз предлагаемого плана.

#### V. Определение механизма участия

Наиболее подходящий механизм участия избирается в зависимости от **уровня** участия, а он, в свою очередь, зависит от **характера существующих организаций** (органы власти, НГО, различные группы граждан, местные советы, и др.), а также от **особенностей местных жителей** (уровень образования, насколько они готовы активно выражать свое мнение, др.).

Определение степени и уровня участия населения – чрезвычайно деликатная тема. Необходимо учитывать, что даже в том случае, когда попытки организации общественных инициатив очень хорошо продуманы, участие (или неучастие) людей иногда зависит от их политических взглядов, от характера их владения землей, от родственных связей и даже пола. Кроме того, проекты, где люди предоставляют свое жилье туристам для ночевки или даже сдают в аренду целые квартиры или дома, автоматически исключают тех, у кого домики слишком малы или небогаты. Участие в проектах часто зависит от уровня образования, владения иностранным языком и даже возраста. Бывали случаи, когда малое предпринимательство местных сообществ, связанное с экотуризмом, начиналось с достаточно «авантюрных» инициатив очень молодых людей.

#### VI. Обмен информацией и консультации

Если механизм участия еще не отработан, возможно, потребуется создание специального комитета из местных жителей, проведение собраний, формирование дискуссионных групп, проведение обучающих семинаров. Важно, чтобы комитет включал представителей как можно более

разнообразных слоев местного сообщества. Он может выполнять следующие функции: определение целей и задач проекта, обеспечение их реалистичности, рекомендации относительно желательных для сообщества преимуществ, образование местных жителей в сферах, связанных с проектом, обеспечение технического и политического опыта.

## VII. Вовлечение в принятие решений

Хорошим способом вовлечения является использование уже существующих организаций, возглавляемых местными жителями, или, в случае их отсутствия, создание новых организаций. Их возможные функции могут включать: представительство интересов сообщества, учет культурных традиций (на стадии разработки проекта), установку правил (в процессе реализации и управления проектом), распределение преимуществ на благо всего сообщества (на стадии управления проектом).

Необходимо привлекать к сотрудничеству местных лидеров, представляющих различные общественные группы. НГО могут оказать содействие в определении местных лидеров, а также использоваться в качестве сторонних экспертов, которые оказывают поддержку проекту посредством организации дискуссий, содействия взаимосвязи между проектом и местными потребностями, и обучения местных жителей.

### – Выявление местных лидеров

Обычно на первом этапе организуются собрания местных жителей. Однако эти встречи достаточно успешны лишь в тех случаях, когда выявлены лидеры и налажено сотрудничество с ними. Они, в свою очередь, могут оказать большую помощь в привлечении местных жителей к обсуждению проекта. Задача осложняется тем, что в сообществе может быть много разных лидеров и источников власти, которые не всегда желают и могут взаимодействовать между собой. Проще всего выявить формальных лидеров – представителей администрации, учителей, врачей. Полезно также сотрудничать с неформальными лидерами – т. е. с теми, к кому люди наиболее часто обращаются за советом или помощью в особых случаях, кто пользуется авторитетом среди местных жителей.

Почему нужно выявлять различных лидеров? Каждый из лидеров обладает различным опытом и подходами, которые послужат существенным вкладом в успех проекта (например, кто-то обладает прекрасными навыками организации и управления деятельностью, кто-то – привлечения людей к сотрудничеству). Чем больше лидеров участвует – тем лучше можно обеспечить общее планирование и выполнение частных заданий. Но самое главное: участие этих людей является “гарантом” того, что проект “принадлежит” сообществу.

Другая важная причина необходимости участия в проекте лидеров, представляющих интересы разных общественных групп: это позволяет существенно снизить оппозицию проекту. Сотрудничество как с формальными, так и с неформальными лидерами позволит как можно шире охватить различные группы и слои сообщества. Благодаря им даже те, кто непосредственно не вовлечен в проект, могут ощущать, что имеют в нем право голоса.

В случае если между различными лидерами имеются существенные расхождения, если они не хотят работать совместно или не являются сторонниками принципа широкого участия и требуют для себя исключительного статуса и главенствующей роли, может быть полезно организовать проект таким образом, чтобы различные группы и лидеры участвовали в различных фазах или компонентах проекта.

## VIII. Стимулирование диалога и образование местных жителей

Последовательность действий может быть такова:

Диалоги в прессе (Достижение консенсуса требует высокой степени информированности сообщества) – интервью с ключевыми представителями сообщества (выявление основных проблем) – более обширные собрания с местными жителями – организация обучающих семинаров – выявление потенциальных проблем, связанных с проектом, и потребностей сообщества – подготовка

отчета, обобщающего полученную информацию и рекомендации – презентация его местным жителям для последующего обсуждения.

#### IX. Коллективное принятие решений

На этой фазе степень участия местного населения наиболее высока. Рабочая группа проекта представляет данные исследований и возможные рекомендации для дальнейших действий и выясняет мнение местного населения. При необходимости проводятся переговоры, в процессе которых рабочая группа и местные жители приходят к консенсусу относительно последующих действий.

#### X. Разработка плана действий и схемы выполнения проекта

Потребности сообщества, выявленные в ходе предыдущих этапов, могут включать: повышение уровня жизни, снижение влияния на культурный уклад, образование местных жителей по вопросам ценности их ресурсов, их культуры и т. д. Предложения рабочей группы по решению этих задач могут быть, например, такими: создание новых рабочих мест для местных жителей (гиды, сотрудники парков, обслуживающий персонал), создание магазинов по продаже изделий народных промыслов, изготовленных местными жителями, разработка самими местными жителями правил поведения для туристов, создание информационных материалов о местной культуре и о традиционных взглядах на окружающую среду. Может быть целесообразно проведение обучающих программ для туроператоров, работающих с местными сообществами, расширение разнообразия предлагаемых на месте туристических программ (например, включение в них программ этнического и агротуризма). Крайне необходимой мерой может стать введение системы микрокредитования, упрощение процедуры получения микрокредитов, и/или реализация программы малых грантов для местных жителей. Эти мероприятия должны осуществляться в комплексе с программами обучения и эффективным финансовым менеджментом.

План действий может включать усиление существующих организаций или создание новых, непосредственно связанных с выполнением проекта, - например, для распределения доходов, получаемых от развития экотуризма. Эти организации должны быть небольшими и действовать от имени сообществ. Они должны придерживаться единого стиля финансовой и прочей отчетности. Данные о расходах, о полученном доходе и отчетные материалы должны публиковаться и доводиться до сведения местных жителей.

*Для создания новой организации необходимо большое количество времени и приложение значительных усилий. Кто может взять в свои руки деятельность предприятия в целом?*

*Кто займется разработкой новых тропинок или строительством гостиницы?*

*Как распределить работу между участниками?*

*Определяется ли участие только физическим трудом? Возможно, существуют и другие способы участия: например, инвесторы или спонсоры тоже могут считаться участниками.*

*Существуют ли ограничения относительно возраста участников («слишком» молодые и «слишком» старые), обеспеченности (богатые и бедные), образования?*

*Как обучить людей, у которых не было нужных навыков?*

*Кто вовлекается в процесс принятия решений?*

*Кто принимает окончательное решение – местные жители в целом или, может быть, группа в несколько человек, которая получает право принимать решения от имени остальных участников?*

*Необходимо ли создание управляющего комитета?*

*Как будут определяться его члены – назначаться или избираться?*

*Каково должно быть минимальное и максимальное количество управляющих в данном комитете?*



*Каковы их права и обязанности?*

*Предполагается ли получение ими материальной компенсации за работу в подобном подразделении?*

*Кто должен нести ответственность за осуществление тех или иных действий?*

*Как устанавливать цены на товары и услуги?*

*Кто должен собирать деньги?*

*Как заработанные деньги распределяются среди участников? Например, сколько получает участник или группа участников, выполняющих услуги или изготавливающих ремесленные изделия?*

*Перечисляются ли все денежные поступления в общий фонд?*

*Как оформляется счет?*

*Нужно ли вести протоколы или отчетные записи?*

## XI. Мониторинг и оценка

Принцип широкого участия в содействии каким бы то ни было фундаментальным изменениям требует существенного периода времени, прежде чем станут очевидны положительные результаты. Однако без этого невозможен успех проекта в долгосрочной перспективе. Но не менее важно также и получение преимуществ в достаточно быстрой перспективе, чтобы преодолеть скептицизм местных жителей и завоевать проекту их доверие.

Индикаторы, используемые для оценки успешности проекта, помимо данных о **потоках туристов** и о **воздействии туризма на природные комплексы**, должны учитывать **влияние туризма на социально-экономическое развитие данного района**.

Проекты, основанные на принципе разделения доходов, обычно определяют свои задачи в рамках легко измеримых показателей – таких, как **уровень доходов**, **количество созданных рабочих мест**, **объем продаж изделий местных промыслов** и т. д. Возрастание этих показателей воспринимается как критерий успеха проекта. Однако, хотя такие показатели важны, они недостаточны и должны рассматриваться вкупе с показателями, характеризующими устойчивость изменений в долгосрочной перспективе, после окончания данного проекта.

### *Как обеспечить связь между доходами местных жителей и охраной природы?*

Одна из важнейших особенностей проектов экотуризма заключается в том, что, демонстрируя важность природных территорий для получения новых рабочих мест и дохода от туризма, они могут содействовать природоохранным действиям.

Однако далеко не во всех случаях этот потенциал реализуется. По факту, во многих случаях доходы от экотуризма не остаются в пределах конкретной местности, а в развитии туризма существенным образом участвует лишь ограниченное число местных жителей. Помимо этого, в большинстве случаев доходы от туризма имеют сезонный характер, и, соответственно, занятость в нем невелика. Другая распространенная проблема заключается в том, что связь между доходами от экотуризма и целями охраны природы не прямая: будет ли экотуризм способствовать охране природы, зависит от того, насколько местное население **осознает**, что получаемые им доходы взаимосвязаны с необходимостью охраны ресурсов, представляющих собой базу их ориентированной на туризм деятельности и, следовательно, их благополучия. В противном случае развитие экотуризма не приводит к усилению охраны природы.

В проекте Аннапурна природоохранная задача была решена таким образом. Важнейшей проблемой здесь было разрушение лесов – владельцы мини-гостиниц рубили деревья, чтобы обеспечить отопление и горячую воду. Однако владельцы гостиниц осознали, что в их интересах остановить сведение лесов – дабы сохранить красоту местной природы, способствующую привлечению туристов. Для инициаторов проекта оказалось возможным организовать обсуждение этих вопросов с участием владельцев гостиниц, которые согласились ввести требование, что-

бы туристы пользовались исключительно бензиновыми примусами. Кроме того, в соответствии с проектом владельцев обучили пользоваться солнечными батареями и повторно использовать горячую воду (хотя эти установки приобретались за счет их собственных средств).

Чтобы создать положительные стимулы к охране природы, необходимо усилить взаимосвязь между природоохранными задачами и возможными преимуществами от туризма. Необходимо, чтобы эти преимущества были существенны для большей части населения. (В этой связи с природоохранной точки зрения более эффективно обеспечить частичную занятость в качестве гидов и проводников большому количеству потенциальных браконьеров, нежели нанимать одного-двух сотрудников на полную ставку). Преимущества, обеспечиваемые туризмом, должны быть гибкими, чтобы удовлетворять интересы самых различных групп сообщества.

Итак:

*– Для сообщества должна быть очевидна взаимосвязь между охраной ресурсов и получением им преимуществ.*

*– Экотуризм станет стимулом к охране природы и катализатором местного развития в том случае, если преимуществами от его развития пользуется значительная часть местного сообщества.*

*– Для успеха проекта необходимо, чтобы сопричастность к нему ощущали на многих уровнях, как частные лица, так и сообщества в целом, посредством вклада труда, денег или других ресурсов. Со стороны местных сообществ необходимо не только участие в принятии решений, но также инвестиции и контроль.*

В мексиканском проекте поступлениями от туризма пользовались отдельные предприниматели, чьи виды индивидуальной деятельности не требовали существенных инвестиций (гиды, продавцы продуктов). Местные жители мало участвовали в планировании, равно как в управлении магазинами, созданными для туристов. Более того, вместо вложения своего труда или средств в проект как таковой, им предлагалось просто сажать деревья за плату. Неудивительно, что после посадки никто об этих деревьях не заботился, т. к. местные жители не считали их “своими”...

Кто в настоящее время получает преимущества от туризма?

*Выявите местных жителей, сообщества и неправительственные организации, которые вовлечены в туристическую деятельность или испытывают ее влияние. Для тех, кто вовлечен в туристическую деятельность, это полная или частичная занятость?*

*Каковы издержки и преимущества туризма для этих людей? Под издержками можно понимать, например, невозможность пользоваться «традиционными» природными ресурсами, нежелательные изменения в социально-культурной сфере и др. Возможные преимущества – финансовые доходы, занятость, повышение уровня образования и др.*

*Определите типы турбизнеса или другой продукции и услуг, в которые вовлечено местное население.*

*Для продукции и услуг, которые продаются через независимые или неформальные каналы, определите виды продаваемых продуктов и услуг, методы продаж, занимаемую ими долю рынка (%), методы продвижения и другую соответствующую информацию.*

Кто владеет или имеет доступ к средствам производства в каждом из этих случаев?

*Имеются ли на месте туристические кооперативы или ассоциации? Чем они занимаются, кто к ним принадлежит? Эффективна ли их деятельность?*

*Какие виды экономической деятельности ведут те местные жители, которые не заняты или лишь частично заняты в сфере туризма?*

Продумайте также следующие вопросы:

Как обеспечить максимальное участие местных жителей?

*Какая деятельность обеспечит прямую взаимосвязь между задачами проекта и преимуществами для местных жителей?*

*Какие группы местного населения не будут получать преимуществ от развития туризма?*

*Какой вклад могут внести местные жители в долгосрочный успех проекта?*

*Кто будет контролировать процесс принятия решений?*

*Как следует структурировать виды деятельности по проекту, чтобы обеспечить преимущества для различных групп населения (рабочие места для одних, обучение для других, и участие в доходах – для сообщества в целом)?*

### **Распределение доходов**

Увеличение доходов местного населения и управление ресурсами – достаточно долгие процессы.

Важно продумать: а) кто будет получать преимущества от экотуризма, б) каким образом они будут распределяться и в) как долго их можно будет получать.

В Аннапурне изначально преимущества от развития туризма в основном получала наиболее обеспеченная часть населения – владельцы гостиниц и кафе. Однако, осознавая важность сотрудничества с ними, как с наиболее влиятельными слоями общества, проект в то же время пытался обеспечить умеренные доходы для значительно более широкого круга людей. Была оказана поддержка ряду мероприятий по вовлечению в развитие туризма широких слоев населения – таким, как посадка деревьев, контроль за рубками. В случае же мексиканского проекта преимущества для большинства населения были неочевидны. Получаемые доходы распределялись между ограниченным кругом лиц, в основном, владельцев магазинов и киосков.

Наиболее эффективен будет проект в том случае, если возможно обеспечить достаточно высокий уровень преимуществ для многих людей, и если для них очевидно, что эти преимущества будут достаточно стабильны. Не обязательно каждый житель должен получать преимущества от реализации проекта непосредственно; может быть достаточно, если будет очевидна поддержка с помощью проекта развития местного сообщества в целом.

*Имеется ли возможность на месте для успешной организации гостиниц и кафе?*

*Может ли конкуренция между частными предпринимателями отрицательно повлиять на групповое принятие решений и надежное управление?*

*Возможно ли организовать продажу изделий народных промыслов?*

*Какая организация более целесообразна – коллективная или индивидуальная?*

*Кто может работать в качестве гидов?*

*Какие способы использования местных ресурсов разрушительны, а какие – устойчивы, кто в сообществе заинтересован в тех или иных способах?*

*Если доходы будут широко распределяться, не будут ли они слишком малы и несущественны для отдельных лиц?*

*Напротив, если преимущества будут распределяться между узким кругом лиц, будет ли это стимулом для участия других в данном проекте, или это исключит заинтересованность большинства местных жителей?*

Дополнительную пищу для размышлений дает тот факт, что введение в проект такого параметра, как местное предпринимательство, может усиливать уже существующее на момент начала проекта разъединение в сообществе и создавать новые источники споров. Так происходит потому, что возможности получения доходов у людей, активно вовлеченных в организацию экотуризма (как и туризма вообще) и непосредственно и постоянно общающихся с посторонними, очень явные. Во многих случаях организованного местными сообществами экотуризма возникают вопросы несправедливости, зависти и недомолвок. Эта ситуация никоим образом не связана именно с туризмом, она может быть актуальна и для других общественных проектов.

В целях гласности и широкого освещения проводимых мероприятий очень часто во многих сообществах устраивают доску объявлений с тем, чтобы всем жителям сообщать о новых ре-

шениях и действиях по осуществлению инициатив экотуризма. Особенно интересует всех, куда и как вкладываются деньги. Поэтому на доске объявлений оглашается, какие расходы идут на продукты и сервисное обслуживание (например, на услуги гидов или пользование домом для гостей в деревне). Это необходимо, поскольку каждый участник получает информацию о том, сколько финансовых средств имеется в наличии, и куда они тратятся.

«Прозрачность» – так часто называют ситуацию, когда информация о вложении денег становится свободной и общедоступной. Во многих группах считается, что если люди держат свои «записные книжки» открытыми, это помогает снизить склонность других к обвинению их в финансовом мошенничестве или коррумпированности – двух вещах, способных как ничто другое влиять на разъединение сообщества в процессе реализации проектов (Keith W. Sproule, 1999).

### ***Как обеспечить участие местных жителей?***

(По К. Brandon, 1993)

– Кто организует привлечение местного населения?

Здесь возможны два подхода: либо к осуществлению проекта привлекаются отдельные сторонние специалисты-эксперты, либо создаются местные организации для участия в развитии экотуризма. Первый – индивидуальный – подход обычно ведет к более быстрому изменению местных представлений, технологий, и развитию в сообществе новых видов деятельности. Однако он дает в перспективе менее устойчивые результаты, нежели участие через организацию. Организация может быть гибким инструментом, служа вовлечению в проект самых различных лиц и организаций, она может быть также связующим звеном между местными жителями и внешними организациями (администрациями разных уровней, неправительственными организациями, турагентствами). Причем в целях укрепления подобных организаций проекты могут предусматривать как обучение их членов, так и прямое руководство.

Эти два подхода можно скомбинировать – т. е., например, эксперты могут работать непосредственно с местными организациями. **Комбинация двух подходов представляет один из оптимальных способов обеспечения успеха как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.**

Людей намного легче привлечь к участию в проекте, если они могут действовать через какую-либо уже существующую, известную им организацию (особенно в тех случаях, когда нужно охватить целый обширный район).

– Учет местных особенностей (Возможные трудности)

Не существует какой-то одной модели привлечения местного населения, применимой ко всем условиям. На практике в каждом конкретном случае существуют свои ограничения возможности вовлечь местное население в экотуристическую деятельность. Эти ограничения могут быть обусловлены как местной спецификой, так и ограниченностью финансирования, или потребностью в максимально быстрой организации приема туристов, поскольку обеспечение местного участия требует большего финансирования и делает процесс разворачивания туризма более долгим, нежели когда он протекает на основе решений, принимаемых за пределами данной территории.

В некоторых случаях широкое общественное участие в принятии решений могут сдерживать местные власти. С другой стороны, иногда влиятельные местные организации могут ставить во главу угла исключительно получение дохода и/или создание новых рабочих мест, оставляя за кадром необходимость долгосрочных действий по охране природы. Замедление процесса может возникать и из-за трудностей с достижением консенсуса между отдельными общественными группами.

В большинстве случаев для успеха проекта необходимо, чтобы между НГО, местными жителями, органами власти и частным сектором существовали отношения сотрудничества. При

этом оптимальный уровень местного участия определяется спецификой и масштабами каждого конкретного проекта, в чьем фокусе могут быть отдельные поселки, испытывающие какое-либо влияние туристической деятельности, либо целый ряд сообществ. Выбор оптимального подхода зависит от конкретных социально-экономических условий, культурных особенностей и ресурсов данного региона. **Успешное планирование развития экотуризма означает, что проект должен быть гибким и открытым для обсуждения с местным населением.**

В заключение, приведем несколько примеров из международной практики экотуризма, основанного местными сообществами.

### 1. Центральная Америка. Программа по продовольственному обеспечению (Keith W. Sproule, 1999).

Ассоциация г.Толидо по экотуризму (Toledo Ecotourism Association /TEA/), основанная местными жителями (потомки племен майя и чарифуна) и действующая в сфере налаживания системы экотуризма на юге района Толидо в Центральной Америке, с момента своего основания построила дома для гостей в одиннадцати деревнях и планировала увеличить их количество к 1996 году по крайней мере в еще двух деревнях. Каждый такой дом для гостей состоит из двух больших комнат – одна для мужчин, другая для женщин, с отдельными банями и туалетами. Каждый дом вмещает 8–12 человек. Это очень удобно, если вы путешествуете не один, а в составе группы.

С самого начала работа ТЕА была ориентирована на максимальное вовлечение каждого населенного пункта в участие в проектах по экотуризму. Для достижения этой цели была разработана уникальная программа по «продовольственному обеспечению». Продовольствие предоставляют те семьи, которые взяли на себя ответственность за обеспечение гостей пищей на все время пребывания их в деревне. В рамках программы гости посещают курсы по приготовлению, здоровью и гигиене пищи. По окончании этих курсов составляются списки тех, кто интересуется приготовлением завтраков, обедов или ужинов. Далее группы, куда входит не более четырех человек, направляются для проживания в семьи сельских жителей, где имеют возможности применить на практике полученные знания. Все это обеспечивает получение материальной прибыли, которая потом распределяется среди местных жителей.

Во время завтрака, обеда или ужина кто-то из местных жителей – обычно дети – направляется в дома для гостей, чтобы пригласить их в свои избы. Поскольку участники чередуются, принять участие в подобных мероприятиях могут многие семьи. Затраты и работа каждой семьи оплачиваются непосредственно теми гостями, которых они принимают. 80% поступлений получают сами семьи, а 20% идет в общий фонд. Деньги из фонда могут быть использованы на разнообразные нужды местных сообществ по совершенствованию проекта - необходимые закупки, образовательные цели, организацию больницы и т. д.

### 2. Канада (Ceballos-Lascurain, 2001).

Сотрудничество администраций национальных парков с коренным населением сыграло важную роль в создании ряда новых охраняемых территорий, особенно на севере страны. Из 39-ти национальных парков Канады около трети имеют Советы по управлению, в состав которых входят представители коренных народов. Сообщества коренных народов активно участвуют в организации экскурсионных программ и предоставлении услуг для посетителей охраняемых территорий. В 1999 г. парки Канады создали Секретариат по делам коренного населения в рамках реализации Плана действий по развитию коренных народов («Набирая силу»). Одной из задач этого Плана является выявление экономических возможностей для развития сообществ коренных жителей и национальных парков Канады, которые создает их взаимное сотрудничество. Коренное население также принимает участие в оценке состояния окружающей среды и разработке стратегий развития туризма в составе Национальной рабочей группы «Традиционные знания коренных народов и биоразно-

образии», созданной в целях содействия выполнению в Канаде Конвенции по биологическому разнообразию.

3. **Эквадор** (Ceballos-Lascurain, 2001): Программа по экотуризму сообщества (Cuayabeno Reserve в регионе Амазонки) – хороший пример самоуправляемого экотуристического предприятия, которым руководит группа коренных жителей. В начале 1980-х гг. развитие рыночной экономики и проникновение первых туристов на эту ранее изолированную территорию повлекли за собой драматические изменения в местном сообществе. Чтобы обеспечить средства к существованию в условиях экономического и социального кризиса, коренные жители начали поиск дополнительных видов экономической деятельности: сбор и продажа лекарственных растений, недревесных продуктов леса и др. Но все эти варианты не соответствовали критериям экологической устойчивости, и от них пришлось отказаться. Единственной инициативой, которая казалась достаточно перспективной, было развитие экотуризма. Местные жители стали предлагать туры на каноэ самостоятельным туристам, путешествующим в этих краях. С самого начала стало очевидно, что местные культурные особенности интересуют посетителей не меньше, чем природные, поэтому при планировании туров особое внимание уделялось антропологическим и культурным аспектам. Шаг за шагом, объемы туристической деятельности увеличивались. По берегам р. Акуарико на расстоянии мили от деревни индейцев были построены простые жилища для туристов, а также создан небольшой этнографический музей. При развитии туризма широко использовался принцип зонирования. Были выделены территории с сетью туристских природных троп общей протяженностью 60 километров (экскурсии по которым проводили местные гиды), а также зоны строгой охраны и места традиционной охоты (исключительно коренных жителей). Наиболее редкие и примечательные виды фауны (попугай ара, ястреба, орлы, водоплавающие птицы, кошачьи) находятся под особой охраной, поскольку они играют большую роль, привлекая в эти места поток экотуристов. Туристической деятельностью непосредственно руководит местный Совет, который управляет фондами сообщества. В 1999 году общий доход местного сообщества от экотуристической деятельности составил 120000 USD.

3. **Южная Африка** (Ceballos-Lascurain, 1997): Участок Природного наследия Simunye Zulu (KwaZulu Natal) демонстрирует очень интересный опыт развития экотуризма, в котором гармонично сосуществуют экологическая гостиница и поселок коренных жителей. В начале 1990-х годов «белые» жители сообщества Зулу выдвинули программу устойчивого развития, основанного на критерии активного участия местной общины и уважения ее культурных традиций. Это положило начало реализации проекта по развитию экотуризма, и рядом с поселком была построена экологическая гостиница. Она интересна не только своим сервисом и комфортом (несмотря на кажущуюся простоту, она отличается очень высокими архитектурными достоинствами), но и целостной концепцией функционирования экотуризма на ее базе. В результате удалось достичь очень впечатляющего взаимодействия между туристами и местным сообществом. Местные жители навещают гостей и устраивают серию церемониальных танцев и песнопений у костра при свете звезд, причем туристы выступают не пассивными зрителями, а приглашаются активно в них участвовать. «Выполнение проекта способствовало росту национальной гордости и достоинства в результате возрождения местных традиций и возможности разделить их с зарубежными гостями. Экотуризм в Simunye – это нечто большее, чем зарабатывание долларов на богатых иностранных туристах. Это взаимный процесс: эко-гостиница дает преимущества и дополнительную значимость поселку, а поселок придает дополнительную ценность самой гостинице».

### 4.13. Подготовка гидов экотуризма

*Роль гидов-натуралистов в экотуристической деятельности. Основные требования к гидам-проводникам в экологическом туризме. Условия создания успешной системы подготовки гидов-проводников экотуризма.*

*Г. А. Калмыков, О. В. Шумаков*

Профессия гида проводника существует с незапамятных времён. Ни одна экспедиция – будь то военная кампания, поход первооткрывателей или научные изыскания, – не обходились без гидов проводников. Гид проводник знает местность, особенности культуры и традиции настолько хорошо, что берёт на себя ответственность за успех всего предприятия. В этом аспекте гид проводник подобен капитану судна и должен вести себя соответственно.

Гид проводник в экологическом туризме, несомненно, ключевая фигура. Без преувеличения можно сказать, что от мастерства и профессионализма гида зависит 90% успеха экологического тура. Цель нашей статьи – рассмотреть особенности этой профессии. Именно профессии, хотя в перечне кадровых ресурсов многих предприятий туристического профиля такая профессия вообще отсутствует. Более того, она отсутствует и в Государственном реестре профессий РФ (Комитет Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации, Постановление от 26 декабря 1994 г. № 367). Возможно, это связано с тем, что до недавнего времени спрос на подобных специалистов был невелик, не существовало высших и средних учебных заведений, их готовящих. Роль проводников в сфере природного туризма сводилась в основном к функциям спортивного инструктора.

Обучение гидов проводников в альпинизме, горном и водном туризме имеет в России богатые традиции. Предпринимались попытки проведения обучающих курсов, были выпущены соответствующие методические разработки, которые являлись основным рабочим документом, обеспечивающим организационно – методическое единство обучения на всех уровнях подготовки гидов проводников. В туристической литературе были отражены основные теоретические разделы, а практические аспекты сводились к набору требований, которым должен отвечать гид проводник.

Действующие профессиональные гиды, получив минимальные теоретические знания и практические навыки в процессе обучения, далее накапливали свой собственный опыт во время самостоятельной работы. При этом могли складываться достаточно благоприятные условия для повышения квалификации. Однако при возникновении внештатных ситуаций (что нередко случается в экстремальных условиях дикой природы) люди, не прошедшие специальную подготовку, не всегда действуют правильно, что приводит иногда к трагическим последствиям.

Поскольку в современном обществе туризм принял форму серьёзной экономической активности, поток посетителей на экологических маршрутах постоянно возрастает, а развитие внутреннего туризма и новых форм въездного туризма на сегодняшний день является приоритетной государственной задачей, потребность в квалифицированных гидах резко увеличилась. В связи с этим тот уровень образования гидов проводников, который устраивал индустрию туризма в недавнем прошлом, не соответствует сегодняшним задачам.

За рубежом много лет существуют школы по подготовке гидов природного туризма, и с недавних пор их стены открыты и для россиян. Единственным условием поступления является конкурс и владение разговорным английским языком. Подобную школу – Tampere College в Финляндии – уже закончили несколько россиян.

В России Ассоциацией экологического туризма проводятся специализированные семинары по обучению экотуристических гидов-проводников.

В ходе этих семинаров были выработаны важнейшие представления о роли гидов и требования к ним, как к специалистам.

## **Роль и некоторые задачи гида проводника в современном экологическом туризме, или «Песнь капитану»**

В схеме (цепочке) организации экологического тура или конкретного маршрута гид проводник является последним исполняющим звеном, на плечи которого ложится вся ответственность за успех дела (нередко он оказывается не только исполнителем, но и организатором всего мероприятия). Как уже отмечалось, в этом плане он подобен капитану судна. Именно от гида зависит, с какими впечатлениями вернутся из путешествия туристы, что нового они почерпнут в нём. Итак, какие задачи стоят перед гидом – проводником?

Во-первых, это *организация маршрута (тура)* во всех нюансах, во-вторых, создание *информационной составляющей маршрута* и подача информации туристам. В-третьих, *управление группой*, без которого проведение тура попросту невозможно. В-четвертых, *обеспечение безопасности прохождения маршрута*. Рассмотрим эти задачи подробнее.

Как и в случае с капитаном корабля, перед гидом проводником встаёт задача подбора «команды» – выбор надёжных исполнителей туруслуг на местах в соответствии с особенностями маршрута, а именно: владельцев транспортных средств, хозяев гостевых домов и других объектов размещения туристов, поваров и владельцев точек питания, носильщиков, дополнительных местных проводников и т. п. Важным аспектом этой задачи является выявление наиболее надёжных партнёров и установление с ними долгосрочных отношений. Правда, надо заметить, что, в отличие от капитана, проводнику нередко приходится работать и без команды.

Подобно капитану судна, гид-проводник должен установить надёжные контакты и связи с «береговыми службами», необходимыми для успешного и безопасного путешествия – метеорологами, спасателями, милицией, администрациями районов и областей, руководством и охранными службами ООПТ, охотничьих хозяйств и лесничеств, рыболовной и охотничьей инспекциями. Не следует забывать и о сотрудничестве с местным населением, которое нередко способно оказать необходимую помощь оперативнее, чем перечисленные службы.

В качестве иллюстрации приведём случай из практики гида, работавшего в Камбодже:

*«Тур, разработанный по индивидуальной программе, дошёл до своей кульминационной точки – группа совершала трехдневный переход по джунглям северной Камбоджи на упряжках, запряженных буйволами. Так как лесной массив, по которому двигался наш отряд, тянется вдоль вьетнамской границы, о нашем присутствии были предупреждены пограничники, с которыми я, как проводник, поддерживал не только рабочие, но и приятельские отношения. Кроме того, нас ждали в небольшой деревушке в окрестностях посёлка Снууль, где отряд должен был остановиться в доме одной кхмерской семьи, чтобы отдохнуть, сдать животных и повозки. Нужно отметить, что мобильная связь в этом районе работает плохо, а от аренды спутникового телефона группа отказалась ещё на стадии планирования и переговоров. Учитывая это обстоятельство, для встречающих и пограничников важно было точно определить время выхода группы. Особенностью нашего способа передвижения являлось то, что буйволы очень чувствительны к перегреву, и при всякой возможности их нужно купать и обливать водой. На второй день перехода одна из повозок стала заметно отставать от других, а буйвол, запряжённый в неё, начал дольше других задерживаться у водоёмов. Сначала мы предположили, что животное просто перегревается, но при осмотре оказалось, что оно получило травму копыта, и дальнейшее его использование в упряжи невозможно. Было принято решение переложить вещи на две оставшиеся повозки, людям идти пешком, а больное животное вести в поводу. Само по себе это не сложно, т. к. скорость движения буйволов не сильно превышает скорость пешехода, но общий темп замедлился, и группа не укладывалась в график. Пришлось планировать ещё одну ночёвку в лесу. Однако к вечеру изначального предполагаемого дня выхода нас встретил военный грузовик, в котором приехали и члены встречающей нас семьи. Таким образом, туристы попали к месту отдыха практически вовремя, а заботу о буйволах и повозках взяла на себя встречающая сторона. Позже я узнал, что, когда мы не вышли из леса к положенному часу, встречающая нас семья обратилась к пограничникам за помощью и выслала навстречу грузовик».*



Сотрудничество с местным населением очень важно и является ключевым моментом, отличающим экологический туризм от других форм природного туризма (этому вопросу посвящена глава 4.12). Гид всегда может проложить маршрут таким образом, чтобы группа посетила дома местных жителей, приобрела у них еду и сувениры, воспользовалась платными услугами. Подобный подход исключительно плодотворно влияет на развитие инфраструктуры на местах, и роль гида проводника в этом процессе трудно преувеличить.

Как и капитан судна, гид-проводник должен хорошо знать маршрут, причем не только по карте. До приезда группы он должен сам пройти его, выявить наиболее благоприятные сезоны для проведения путешествий (с точки зрения комфортности и аттрактивности), определить оптимальную продолжительность переходов и переездов, места стоянок, пункты размещения, расположение наиболее интересных объектов, ради которых и предпринимается само путешествие, а также предусмотреть возможность изменения маршрута без ущерба для его привлекательности. Стоит напомнить, что люди, решившие участвовать в эко-путешествии, приезжают с двумя основными целями: во-первых, отдохнуть, во-вторых, узнать что-то новое. Поэтому логика выстраивания экологического маршрута (тура) отличается от таковой в приключенческом и спортивном туризме. В нашем случае идеальным оказывается сочетание, когда трудные участки маршрута, включающие в себя наиболее яркие и впечатляющие объекты, чередуются с комфортными, на которых объекты могут быть не столь яркие, но более многочисленны.

Примером такой работы может служить один из экологических маршрутов в национальном парке Уджун Кулонг, что расположен на западной оконечности острова Ява, по которому мы водили туристов совместно с индонезийским клубом экологического туризма «Badak»:

*Маршрут проходит от восточной границы парка и начинается довольно сложным пешим переходом по первичному дождевому лесу с ночёвками в палатках (предполагается, что группа уже прошла адаптацию, посетив Джакарту, Богор или осмотрев Барабудур). Такой переход занимает четыре-пять дней, в зависимости от физической подготовки группы. При этом рейнджеры парка, сопровождающие туристов, гарантируют встречу с чёрными лангурами, гиббонами и яванским носорогом (в случае точного соблюдения участниками похода правил поведения, изложенных во время предварительного инструктажа). Кроме того, путешественников ждут встречи с самыми разными мелкими животными и тропическими растениями. Заканчивается маршрут на западной оконечности полуострова Уджун Кулонг в довольно комфортабельном лодже, где группе предлагается провести ещё три дня, во время которых туристы совершают экскурсии на ближайшие острова и коралловые рифы, наблюдают за стадом бантенгов. В завершении тура группу отвозят в исходную точку на корабле.*

В деятельности гида экотуризма огромное значение имеют образование и эрудиция. Гид-проводник должен быть не только организатором тура, но и экспертом-экскурсоводом, а, нередко, и педагогом – здесь знания, эрудиция и образование выходят на первое место. То есть задача гида – наполнить тур той информационной составляющей, которая так характерна для экологического туризма (некоторые рекомендации по интерпретации природы и особенностям проведения экологических экскурсий приводятся в приложениях 4, 5).

Чтобы исполнить эту роль, необходимо досконально изучить особенности природы района, по которому проходит маршрут, состав флоры и фауны, разнообразие биогеоценозов, особенности местных культурных традиций. Эти знания должны быть как практическими, так и теоретическими. Нелишне напомнить, что клиентами экологических туров часто оказываются хорошо подготовленные люди, сами являющиеся экспертами в тех или иных областях экологии, биологии, географии, этнографии.

Однако самих по себе знаний недостаточно, не менее важным оказывается умение подать информацию в интересной и доступной форме. Здесь можно дать две рекомендации. Во-первых, необходима работа над речью, и, во-вторых, естественное желание поделиться своими знаниями с другими. Для работы с зарубежными участниками познавательного-экологического и специаль-

ных туров требуются серьезные знания иностранных языков. Вообще, на наш взгляд, основная особенность профессии гида-проводника – это постоянная учёба. Когда сопровождаешь группу в экологическом туре на протяжении нескольких дней или недель, есть множество объектов и тем, о которых можно рассказать. Окружающая нас природа бесконечна в своём разнообразии, про каждое растение, про каждую птицу гид натуралист может рассказать увлекательную историю. Знание зоологии, ботаники, экологии, палеонтологии, геологии, географии, истории, этнографии необходимо гиду-проводнику. Список наук можно продолжить и, конечно, всего знать не возможно, но гид должен понимать, что его профессиональный рост и репутация зависят от количества имеющихся у него знаний и умения преподнести информацию в процессе тура, гармонично связав её с окружающей природой. Именно поэтому гид-проводник – это одна из интереснейших профессий.

Приведём пример:

*Во время проведения семинара по подготовке гидов-проводников экологического туризма в Северобайкальском районе, группа слушателей и преподаватели совершили ряд экскурсионных выездов. Ограниченность во времени и неважная погода не позволяли проводить полноценные экскурсии. И вот в один из дней мы оказались на экскурсии по посёлку (районному центру) Нижнеангарск, не отличающемуся богатством достопримечательностей. Однако, благодаря гиду Елене Каурцевой, слушательнице курсов, именно эта поездка оказалась одной из наиболее интересных. Эмоционально, в совершенстве владея информацией, наш проводник рассказала об особенностях местной географии, о влиянии строительства БАМа на геологию и гидрологию района, об изменениях, связанных с потеплением климата и поднятием уровня Байкала. В результате, для почти тридцати человек, участвовавших в семинаре, эта экскурсия, проведенная в дождливый и холодный осенний день, по территории не самого интересного населённого пункта, прошла на одном дыхании и вызвала в дальнейшем бурные обсуждения на занятиях.*

Итак, в экологическом туризме гид-проводник выступает как **организатор маршрута (тура)** и **эксперт-экскурсовод**. Однако этим его роль не ограничивается. Во время тура гид является **руководителем группы**, при этом он отвечает за комфорт, благополучие и безопасность членов группы.

Тур пройдёт гладко и без конфликтов только в том случае, если гид-проводник, подобно капитану корабля, сможет из группы туристов сформировать слаженную команду, действующую под его началом. Далеко не всегда тургруппа создаётся из компании друзей или семьи – нередко это малознакомые друг другу люди, и гиду предстоит выстраивать не только свои отношения с ними, но и отношения внутри группы. Здесь, в отличие от капитана, который априори является командиром судна, гид попадает в неоднозначную ситуацию. С одной стороны, туристы, оказавшись в новой обстановке, порой приближенной к экстремальной, естественным образом ищут поддержку в своём проводнике, что облегчает последнему поставленную задачу. С другой стороны, клиенты видят в нём работника сферы услуг, якобы призванного выполнять их прихоти. Задача гида в такой ситуации – сохранить и утвердить свой «капитанский» статус, опираясь на первое обстоятельство, и удовлетворить запросы группы путём предоставления безупречного сервиса, который должен заключаться в правильной, оптимальной организации маршрута (тура) и в интересной и профессиональной подаче информации.

В условиях российского экотуризма, в связи с недостатком организованных и оборудованных маршрутов, низким уровнем развития соответствующей инфраструктуры, одной из крайне актуальных задач гида-проводника является обеспечение *безопасности*.

В этой связи хотелось бы упомянуть, что опыт многих гидов-проводников говорит о нежелательности изменять маршрут и программу по желанию клиентов. Конечно, определённая свобода действий при проведении индивидуального тура должна присутствовать. Но, когда ситуация выходит из-под контроля гида, события порой развиваются весьма драматично.

Вот рассказ одного гида, который служит ярким примером вышесказанного:

«Шёл четвёртый день нашего путешествия по тропикам Венесуэлы, я сопровождал пару русских ВИП туристов из Эстонии. Эти исключительно приятные молодые люди, образованные и увлекающиеся фотографией, попросили меня сопроводить их по разработанному мной же маршруту. В тот день мы возвращались из дельты Ориноко, где провели несколько интересных экскурсий и сделали множество фотографий индейцев племени варао и животных, населяющих берега небольших притоков этой реки. Мы продвигались в Пуэрто Ордаз, крупный индустриальный центр, откуда на следующий день я должен был отправить туристов в национальный парк Канайма на 5-местном самолёте. Вечер и ночлег я планировал провести на ранчо одного из моих венесуэльских партнёров на реке Моричаль в 150-ти км от Пуэрто Ордаз. Хозяйский дом в стиле южноамериканских сериалов, обилие тропических фруктов, птицы, другие животные и чистейшая река, протекающая по ферме, – всё это обычно приводило туристов в восторг. Утром я должен был доставить туристов в аэропорт.

Сначала всё шло хорошо. Проезжая город Пуэрто Ордаз, туристы захотели посетить Макдоналдс, чтобы сравнить, так ли всё, как в Эстонии. Выяснилось, что венесуэльский Макдоналдс ещё медленнее эстонского, но это ещё было не страшно. Потом, увидев большой торговый центр, туристы решили «ненадолго» зайти в магазин. В итоге из торгового центра мы вышли, потеряв четыре часа светового времени, в полной темноте, и поехали на ранчо, которое находится в 10-ти км по грунтовой дороге в стороне от трассы. В кромешной тьме мы засели в песок. С большим трудом, благодаря тому, что девушка села за руль, мы вытолкали машину и около полуночи добрались на ранчо.

Все работники спали крепким сном – поскольку мы не приехали вовремя, они решили, что мы и вовсе не приедем. Никакая связь там не работает, и предупредить их было невозможно. В нашем присутствии они завели генератор, появился свет, и мы отправились в гостевой дом. Поскольку он пустовал несколько месяцев, как только мы открыли дверь, из дома вылетела стая летучих мышей, а когда мы включили свет, во все стороны стали разбегаться опоссумы и тараканы размером чуть меньше ладони. Девушка из Таллинна была очень мужественной, и я не раз восхищался её нордическим характером. Она перенесла увиденное довольно спокойно. Но вот управляющий гостеприимно распахнул двери лучшей спальни, и она увидела большого лохматого паука птицеяда. После этого Лера, как звали эту храбрую женщину, сказала, что она не станет спать в этом доме ни при каких обстоятельствах. Пришлось мне ехать обратно в город, чтобы провести остаток ночи в каком-нибудь отеле. Прекрасно зная, что в Венесуэле нельзя ездить по ночам, я все-таки поехал. На пустынной дороге в 50-ти км от ранчо я наехал на кусок лопнувшей покрышки и проколол колесо. Как только мы установили запаску, выяснилось, что мы попали в ловушку. Из темноты появилось пятеро вооружённых людей, которые стали нас грабить, требуя ключи от машины и подкрепляя свои слова выстрелами в воздух. Лера решительно сказала, что не выйдет из машины, и твёрдо сидела на заднем сидении, прижимая ногами резиновый коврик и все наличные, что у нас были спрятаны под ним. Нам с Мишей, так звали моего спутника, приставили пистолеты к голове и повели в лес. При этом было много суеты, пальбы и криков, и по пути мне удалось спрятать ключи в траве. Потом я сказал грабителям, что ключи в машине, что мы русские и их всех найдут и убьют. Для убедительности я толкал их и размахивал руками. Чтобы меня успокоить, мне два раза прострелили ногу. Ранение было лёгкое, но я стал причитать, что ранен и им теперь точно конец. Их найдут и убьют, и вообще они должны взять лишь найденные у нас деньги и оставить нам все наши вещи. Как ни странно, это возымело на них некоторое действие, и нам вернули документы, кредитки, телефоны. Правда, они активно обсуждали, как завести машину, чтобы уехать со всем награбленным. Но поскольку не было ключей, Лера выходить не собиралась, а я повторял, что истекаю кровью и, если что-то случится с сеньорой, их всех найдут и убьют русские, они решили уйти пешком со всем награбленным.

В итоге мы оказались без вещей, фотоаппаратов и видеокамеры. Искать ключи от машины в тёмном лесу было бесполезно, в общем, всё обросло трудностями. Кое-как остановив попут-

*ный автобус, я усадил туда туристов, и они уехали в Пуэрто Ордаз, чтобы ждать меня в аэропорту. С рассветом я нашёл ключи, добрался до аэропорта, но туристы лететь без вещей в национальный парк отказались, тур был испорчен».*

Приведённый пример наглядно показывает, что невинное отклонение от программы может привести к весьма нежелательным последствиям.

В работе гида проводника часто возникают нештатные ситуации, и от умения грамотно выйти из них порой зависит не только репутация самого гида, но и фирмы, которую он представляет.

Можно проиллюстрировать это конкретным примером:

*Программа ознакомительного ВИП тура по северу Байкала включала конную прогулку с базы отдыха Мыс Котельниковский к реке Куркула. К назначенному дню кони не пришли из села Байкальское. Туристы разделились на группы, чтобы добраться до реки Куркула. Кто-то поплыл на катере, кто-то на байдарке, а достаточно большая часть группы решила пойти пешком. Гид, который должен был сопровождать конный отряд, пошёл с группой по берегу. Питьевую воду брать не стали, потому что вначале дорога идёт по берегу Байкала, а в тех местах Байкал настолько чистый, что воду можно пить. Через два километра пути перед группой встала гора. Туристы вынуждены были совершить тяжёлое восхождение, не имея подходящей обуви, питьевой воды и соответствующей физической подготовки. Результатом похода был крупный скандал, в процессе которого звучали угрозы, что лицензия на туроператорскую деятельность компании-организатора будет отозвана. Лишь благодаря слаженным действиям команды гидов и повышенному вниманию к «пострадавшим» в последующие дни тура удалось загладить эту ошибку.*

Таким образом, мы можем сделать заключение, что гид-проводник в экологическом туризме играет роль:

- 1) организатора маршрута (тура);
- 2) эксперта-экскурсовода, интерпретатора природы;
- 3) руководителя (лидера) группы;
- 4) гаранта безопасности.

### ***Некоторые требования к гиду проводнику***

Учитывая всё вышесказанное, вероятно, имеет смысл сформулировать некоторые основные требования, предъявляемые к гиду-проводнику и обеспечивающие успех его деятельности.

1) *Внешний вид.* Как известно, «по одежке встречают», и не коснуться этого вопроса было бы неправильно. Рассмотрим конкретный пример.

Как-то во время семинара по подготовке гидов-проводников, когда речь зашла о внешнем виде, один из слушателей задал вопрос: «В трекинговую одежду и обувь могут одеться все. А не интереснее ли встретить группу в национальном эвенкийском наряде и не с рюкзаком, а с панягой?» Вот наш ответ: В принципе, наверное, интереснее. Но появление гида в экзотическом наряде автоматически лишает его того «капитанского» статуса, о котором мы говорили выше, и, увы, переводит в положение аниматора. Исправить такую ситуацию будет непросто. Гид во время работы не должен выглядеть эксцентрично, а одежда должна соответствовать ситуации. Традиционные эвенкийские обувь, малица и паняга вполне уместно могут смотреться во время зимнего трекинга, демонстрируя свои функциональные преимущества перед пуховками и рюкзаками. А если их использование будет сопровождаться ещё и грамотными комментариями, проводник только выиграет. Вообще, лучшим вариантом оказывается, когда проводник одевается примерно так же, как его клиенты, и следит за своим внешним видом.

2) *Умение работать с людьми.* Знание основ психологии коммуникаций просто необходимо гиду проводнику. Работа с возражениями – это искусство, и от того, насколько гид владеет им, зависит успех его работы, профессиональный рост и благополучие турфирмы, с которой он сотрудничает. Поэтому именно работе с возражениями уделяется особое внимание

на семинарах по подготовке гидов проводников. Возражения со стороны клиентов будут всегда, потому что все люди разные и ничто не совершенно. Гид проводник должен уметь доброжелательно выслушать возражения клиента. Профессиональных секретов много, и у каждого гида свои приёмы, но основные принципы таковы: запомнить имя клиента и называть его по имени, не спорить и не возражать, а задавать вопросы, ответом на которые служит слово «да». Попросить высказать все возражения ещё раз, обычно во второй раз многие вопросы отпадают сами по себе. Если удастся прослушать возражения в третий раз, то персональных претензий будет ещё меньше.

Сбор информации о туристах, которых предстоит сопровождать, очень помогает в качественном проведении тура и взаимодействии с группой. Минимальные сведения о туристах обычно предоставляет турфирма, формирующая группу, однако гид должен проявить инициативу, задавать вопросы, чтобы получить наиболее полную информацию. Возраст, физическая подготовка, состояние здоровья. Наличие аллергии на что-то конкретное. Это очень важно – например, в нашей практике был случай, когда у туриста была аллергия на лошадиный пот, выяснилось это в последний момент и доставило много хлопот, вызвав необходимость срочной перегруппировки тура в горах на перевале в 3800 метров. В дополнение к сведениям, предоставляемым туроператором, можно провести самостоятельный сбор информации. При наличии персональных данных и Интернета это не сложно сделать. «Google», «Одноклассники», «В контакте» и подобные социальные сети обычно способны снабдить множеством полезной информации об участниках предстоящего тура.

### 3) *Организованность.*

Очень важным аспектом сопровождения групп является их инструктаж. Обычно он проводится перед началом путешествия.

Наряду с программой тура, турфирма представляет каждому туристу список необходимых во время путешествия вещей. Если гид проводник работает индивидуально и сам разрабатывает маршрут, то он должен об этом позаботиться. Профессионализм в составлении списка очень важен. Если в списке есть какая-то вещь, то она должна быть использована в процессе тура, или же гид должен красочно расписать, что наличие данного предмета «на всякий случай» оправдано. Например, панамы с противомоскитной сеткой может и не понадобиться, но у туриста не должно остаться впечатление, что он возил в своём багаже бесполезные вещи по вине туроператора. И, напротив, нередко возникают претензии, что туристы не взяли с собой необходимые вещи, потому что их не указали в списке.

Туристы должны быть проинформированы о возможных рисках во время путешествия, например: «тур проходит по территории, где встречается клещевой энцефалит». До начала путешествия туристы должны быть уведомлены о необходимых прививках и о конкретных мерах предосторожности на маршруте (головной убор, солнцезащитные очки, крем от солнца, закрытая одежда и т. п.). Перед началом тура и выездом в дикую природу гид проводник должен проверить наличие у членов группы всего необходимого. Например, известны случаи, когда отсутствие у туристов в тропических странах брюк с длинными штанинами приводило к страшным ожогам при долгих переездах в открытых лодках или служило препятствием для посещения традиционных культурно-религиозных объектов.

4) *Харизматичность.* Гид проводник должен обладать харизмой. Именно это отличает хорошего гида от посредственного, и обычную туристическую компанию от успешной. Идеальной является ситуация, когда гид проводник экотуризма вызывает восхищение всех членов группы своей экологической грамотностью, находчивостью, юмором, хорошими манерами и эрудицией.

1) *Экологическая ориентированность.* Гид должен всеми своими действиями подавать пример гармоничных отношений с природой. Совершенно недопустима ситуация, когда гид эрудированно рассказывает о Священном Байкале, о том, что чистой байкальской водой можно пить, и тут же бросает окурки и сигаретные пачки за борт катера или моет в Байкале посуду, используя синтетические моющие средства.

2) *Умение оказать первую медицинскую помощь.* Навыки оказания доврачебной медицинской помощи совершенно необходимы для гида экологического туризма. Турфирмы всех стран это хорошо понимают и отдают предпочтение гидам, имеющим подобный опыт и образование. Более того, за рубежом оказание первой медицинской помощи входит в программу подготовки гидов-проводников. Однако здесь есть «подводные камни». Право на оказание первой медицинской помощи даёт только соответствующее образование либо наличие сертификата об окончании специальных курсов (в частности, их проводит Международный Красный Крест). В остальных случаях гид может ограничиться лишь простейшей доврачебной помощью. Следовательно, есть смысл озаботиться прохождением специальной учёбы.

3) *Физическая подготовка и специальные навыки.* Хорошая физическая подготовка важна для гида-проводника, как, впрочем, и для любого человека. Однако следует заметить, что, в силу особенностей работы, от гида требуется как минимум повышенная выносливость и работоспособность, ведь его трудовой день не нормирован, иногда можно говорить о трудовых сутках и неделях. Кроме того, на сложных маршрутах группа рассчитывает на помощь и поддержку гида, в том числе и физическую. Естественно полезными и ценными как туристами, так и туристическими компаниями, а порой и необходимыми на практике оказываются навыки, приобретённые в альпинизме, водном, горном и лыжном туризме, умение обращаться с ездовыми животными, навыки выживания в дикой природе.

О последней группе навыков хочется сказать отдельно. Тема так называемого «выживания» стала в последнее время очень популярной, и в нашей практике встречались группы туристов, интересующиеся именно этим аспектом. В контексте экологического туризма гид-проводник должен суметь, пользуясь личным примером, объяснить, что в дикой природе не надо выживать, а можно научиться жить, не конфликтуя с ней. В этом случае слово «выживание» перестаёт быть уместным.

Из вышесказанного следует, что главным требованием к гиду-проводнику экологического туризма является универсальность и профессионализм во всех аспектах его деятельности.

Планируя свою самостоятельную работу, при составлении персональных маршрутов, гид-проводник должен опираться на существующую законодательно-правовую базу и руководствоваться существующими ГОСТ (при проектировании туристической услуги – ГОСТ Р 50681-94, по вопросам безопасности туристов – ГОСТ Р 50644-94).

Исключительно важно для гидов-проводников сотрудничать с коллегами в своём регионе и соседних районах, относиться к другим участникам экотуристической деятельности как к партнёрам, а не как к конкурентам. Ведь именно сотрудничество способствует быстрому прогрессу и развитию. Руководствуясь этим подходом, Ассоциация экологического туризма проводит обучающие семинары, на которых гиды-проводники не только учатся, но и знакомятся друг с другом, обмениваются опытом, создают совместные проекты и маршруты. Идеальной, по нашему мнению, является идея объединения гидов-проводников экологического туризма в профессиональные союзы с целью наибольшего взаимодействия, взаимопомощи, обмена информацией и профессионального роста.

### ***Подготовка гидов-проводников экологического туризма***

В настоящее время туристический рынок переполнен предложениями, связанными с пляжным, курортным и экскурсионным отдыхом. При этом количество людей, «везде побывавших и всё повидавших», неуклонно растёт. Это способствует росту интереса к познавательному туризму и экологическим турам в частности. Уже сейчас чувствуется нехватка специалистов в этой области, и подготовка гидов-проводников экотуризма становится как нельзя более актуальной.

В России подготовкой таких специалистов занимается Ассоциация экологического туризма, которая проводит соответствующие обучающие семинары в различных регионах. Становится актуальным вопрос о создании специальных отделений и факультетов заочного образования в вузах, имеющих туристическую специализацию.

В заключение нам хотелось бы подчеркнуть, что экологический туризм предполагает огромное позитивное влияние на общество и окружающую среду при соблюдении его принципов, и главная роль в этом отводится гиду-проводнику. Именно он должен быть образцом для подражания и эталоном гармоничного сосуществования человека и Природы.

#### **4.14. Маркетинг. Как найти «своего» клиента? Рекламно-информационное обеспечение и продвижение экотуристического продукта**

*Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева  
Использованы материалы А. В. Дроздова, АГТГУ*

Маркетинг – один из наиболее важных факторов успешного развития экотуристической деятельности. Тщательно продуманный маркетинг особенно важен в тех случаях, когда операторы или ООПТ заинтересованы в приеме небольшого количества «целевых» туристов и организации высокоспециализированных туров. Знаний и опыта именно в этой области недостает как большинству специалистов российских охраняемых территорий, так и туристическим агентствам, занимающимся организацией экологического туризма.

Понятие «маркетинг» многие ошибочно отождествляют с рекламой и продажами (сбытом). На самом деле это понятие значительно шире, а реклама и сбыт являются лишь одной из его составляющих. Ф.Котлер (1990) дает следующее определение: *«Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена»*.

Исходной и главной позицией маркетинга является спрос, т.к. в условиях свободного рынка и конкуренции спрос определяет предложение. Задача маркетинга заключается в том, чтобы предлагаемый продукт или сервис совпадал со спросом потребителя. Продукт, цена, размещение и реклама равно важны для успеха маркетинговой стратегии. Проще говоря, *маркетинг – это создание и продвижение продукта (идеи, товара или сервиса), который доступен клиенту по желаемой цене и месту приобретения* (А. Van Zoelen, материалы семинаров). Таким образом, маркетинг – это искусство и наука.

Маркетинговый процесс (Исмаев, 1998; Басовский, 1999) – это система взаимосвязанных мер, включающих:

- а) выявление потребительских нужд (изучение и оценку существующего или скрытого спроса на туристические услуги),
- б) разработку на этой основе подходящего продукта и установление на него соответствующей цены,
- в) налаживание системы продвижения и распределения продукта и эффективного стимулирования.

Применительно к развитию экотуризма на охраняемых природных территориях маркетинг включает следующие стадии:

- Выявление (инвентаризацию) достопримечательностей и видов деятельности, которые представляют потенциальный интерес для туристов (первичное и вторичное туристическое предложение);
- Определение целевых категорий посетителей, которых может заинтересовать это предложение, и деятельность которых не вступит в противоречие с целями и задачами данных охраняемых территорий (т. н. выделение целевых сегментов рынка);

- Оценку спроса на различные экотуристические программы у каждой из выявленных целевых категорий посетителей;
  - Анализ конкуренции;
  - Разработку турпродукта и ценообразование на основе данных, полученных на предыдущих стадиях;
  - Продвижение продукта на туристическом рынке;
  - Внедрение методов оценки и внесения необходимых изменений в маркетинговые планы.
- Первые стадии маркетингового процесса подробно рассматривались в предыдущих главах. Рассмотрим вопросы, связанные с рекламой и продвижением экотуристического продукта.

Даже когда вы разработали туристический продукт, соответствующий самым высоким стандартам, развитие экотуризма не может быть успешным, если о вашем продукте не знают соответствующие клиенты. Интересно, что, по мнению американских операторов природных туров, основными факторами, лимитирующими дальнейший рост международного экотуризма во многих регионах мира, являются проблемы имиджа и низкий уровень рекламной деятельности. Поэтому трудно переоценить важность правильного выбора методов и форм продвижения турпродукта на рынке.

Процесс этот должен быть ориентирован на целевые категории посетителей, определенные в ходе предыдущих этапов разработки стратегии развития экотуризма. Во многих регионах при развитии экотуризма целесообразно комбинировать две стратегии: 1) целенаправленно привлекать иностранных экотуристов и 2) работать с уже существующим потоком отечественных туристов и деловых людей, предлагая им кратковременные путешествия на ООПТ в качестве дополнения к их основному туру или деловой поездке.

Первым делом необходимо тщательно продумать *предмет рекламы, имидж*, который вы хотите создать в глазах потенциальных потребителей, и сформулировать ваше главное заявление. Это позволит вам сфокусировать действия, выбрать наиболее адекватный тип рекламной деятельности, правильно выстроить тексты и оформить дизайн печатной продукции. Экотуристу это поможет сформировать четкое представление о вашем продукте. За рубежом разрабатываются специальные рекламные кампании для решения различных задач. Например: 1) способствовать развитию туризма в ранее малоизвестном районе, 2) изменить устоявшийся имидж территории, 3) напомнить туристам о преимуществах и достопримечательностях данного региона.

Важным элементом маркетинговой стратегии является формирование благоприятного и привлекательного имиджа. Приведем наиболее часто используемые при подготовке экотуристической рекламы лексические стереотипы, составленные P.Wight (перевод А.В. Дроздова):

*Для турагентств, ориентированных преимущественно на прибыль:*

- большой выбор доступных классических и необычных экотуров;
- предлагаем посетить регионы, не нарушенные массовым туризмом;
- туры, посвященные экологии дождевых лесов;
- доступные путешествия в «нетуристские» регионы;
- путешествия в районы, не переполненные массами туристов;
- путешествия по непроторенным путям.

*Для клиентов, чутких к языку рекламы:*

- экологичность, познавательность, персональные контакты с экзотическими культурами, необычные впечатления;
- экологическая восприимчивость;
- межкультурные взаимодействия;



- экологически дружелюбные туры;
- восприимчивость к природной и культурной среде;
- экологически устойчивое развитие;
- туры для людей, осознанно относящихся к природе;
- природно-ориентированные путешествия.

*Для клиентов, интересующихся наукой и охраной природы:*

- работа для волонтеров на неделю;
- посещение самых девственно-природных регионов мира и помощь в их охране;
- путешествие, способствующее получению средств на охрану природы и культуры;
- путешествие с вовлечением его участников в природоохранный проект;
- участие в научной экспедиции, участие в реставрационном проекте;
- тур, поддерживающий охрану джунглей Перу и местный детский фонд.
- 10% прибыли отчисляем на природоохранные цели и защиту мира;
- тур, поддерживающий бизнес женщин и коренных жителей;
- поддерживаем местное экономическое развитие;

*Для клиентов, ценящих познавательность тура и его качество:*

- малые группы (8–10 человек), максимальный размер 12 человек;
- используем собственный экологичный транспорт;
- предлагаем отели, принадлежащие местным хозяевам;
- информационные материалы и брифинги перед отъездом и лекции в ходе путешествия;
- сопровождение малых групп гидом-натуралистом.

Для того чтобы выяснить, насколько четко сформулирована ваша реклама, раздайте копии подготовленных материалов вашим знакомым или клиентам. Спросите их, что приходит им в голову по поводу ваших туристических предложений по прочтении вашей рекламной продукции. Вы можете быть удивлены. Например, в вашей рекламе вы можете делать акцент на посещении отдаленных природных уголков, а ваши клиенты, оказывается, воспринимают смысл такого тура как возможность знакомства и общения людей с общими интересами. Однако, если потенциальный клиент определяет предмет вашего тура по-иному, чем вы сами, это далеко не всегда означает, что вы не донесли до него свою идею. Это может означать также, что вы предлагаете больше, чем думаете сами. В любом случае, вам необходимо постоянно изучать своих клиентов, их интересы и желания.

После того, как вы определили основные маркетинговые цели, необходимо разработать стратегию продажи вашего турпродукта. Она может происходить *через турагента* или *непосредственно конечному потребителю – туристу*. Стратегия продвижения экотуристического продукта может включать комбинацию различных способов – в частности, следующих:

1. Информационное обеспечение и прямая реклама;
2. Интернет-маркетинг;
3. Адресное предложение и стимулирование продаж (скидки, аукционы и т. п.);
4. Создание системы public relations (связей с общественностью);
5. Сотрудничество с турфирмами, формирование агентской сети;
6. Участие в специальных мероприятиях (торговых выставках, конференциях и т. п.);
7. Подготовка сопутствующих материалов.

Рассмотрим эти способы более подробно.

## 1. Информационное обеспечение и прямая реклама

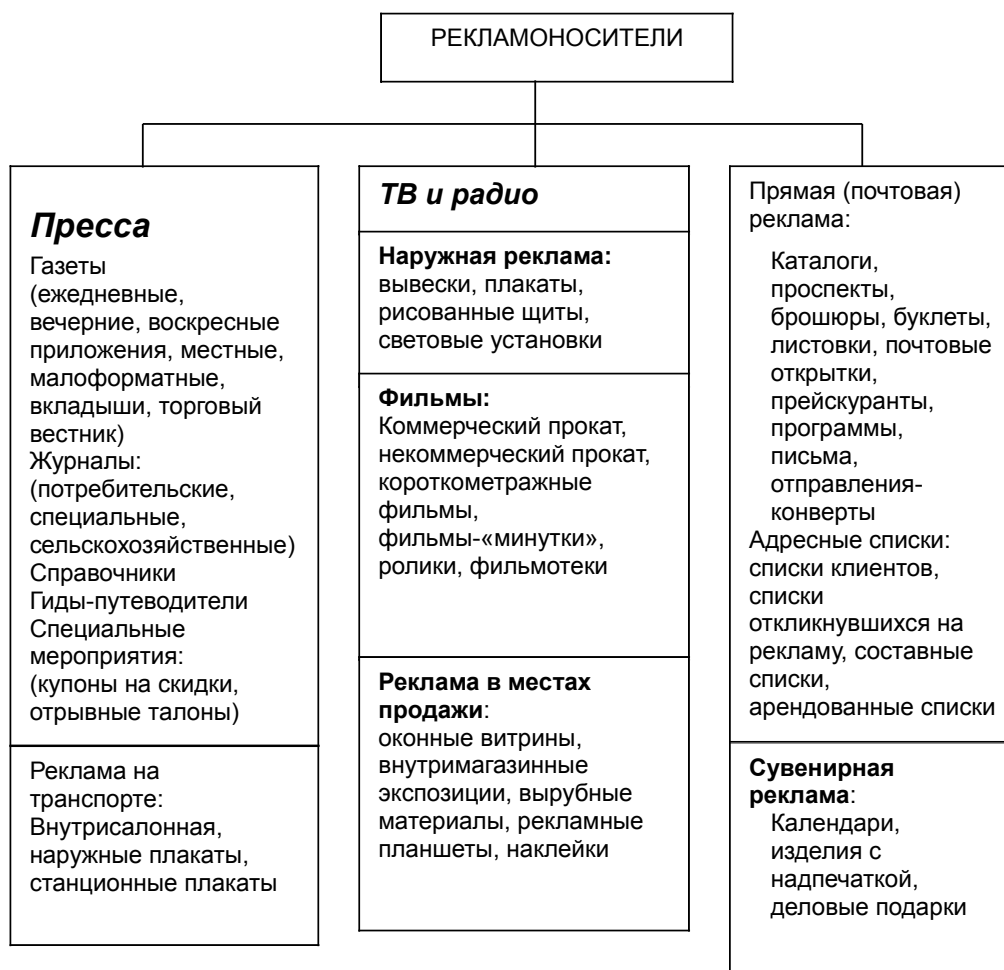


Рис. 4.5. Средства рекламы в туризме  
Источник: Д.К. Исмаев, 1994.

Для непосредственной связи с потенциальными туристами используют размещение платных рекламных объявлений в газетах и журналах, на телевидении, радио. Дополнительными средствами контактов с целевыми группами туристов могут быть афиши, плакаты, буклеты, рекламные листки и др. (рис. 4.5). Выбор средств в значительной степени определяется имеющимся бюджетом. Ключевой момент рекламы: рекламодатель платит за то, чтобы иметь возможность контролировать публикуемое сообщение, когда оно выйдет, и знать заранее, как оно будет выглядеть.

Сформированный, готовый к реализации экотуристский продукт можно прорекламирывать в центральных специализированных печатных изданиях. Это может быть рекламно-информационный журнал «Туризм и отдых» (выходит еженедельно), ежемесячный журнал «Туризм: практика проблемы, перспективы» и другие. Практика показывает, что при комплексном использовании СМИ увеличивается эффективность рекламной деятельности, но такой способ весьма затратен.

Крупнейшие зарубежные компании – операторы экотуризма размещают рекламные объявления как в специальных публикациях (журналы, посвященные природе или возможностям активного отдыха), так и в газетах. За рубежом существуют десятки специализированных журналов, каталогов и путеводителей (особенно англоязычных), которые обновляются каждый год и доступны широкой публике – *CNN Traveler*, *European Travel Guide*, *Travel Today*, *Traveler*, *Trips*, *Travel and Leisure*, *Islands*, *Adventure Travel*, *Specialty Travel Index*, *Adventure Vacation Catalog*, *Adventure Book* и другие. Информация, размещенная в них, достигает сотен тысяч туристов и профессионалов.

Важную роль в распространении информации об экотурах могут сыграть авиакомпании (главным образом посредством публикаций в их специализированных журналах, а также показа видеofilмов на борту самолетов), администрации гостиниц, неправительственные природоохранные организации и др.

Реклама в индустрии туризма имеет свои отличительные черты (Ильина, 2000):

– Туристическая реклама несет большую ответственность за истинность и точность передаваемых сообщений;

– Туристические услуги, в отличие от обычных товаров, не имеют постоянного качества, вкуса, полезности и потому нуждаются в приоритетном развитии таких функций рекламы, как информирование и пропаганда.

– Туристическая реклама требует использования зрительных наглядных средств, более полно отражающих объекты туристического интереса, поэтому здесь как нигде часто используются фотоматериалы, картины, красочная изопродукция.

Однако при создании ее также необходимо учитывать общие **основные принципы рекламы**:

– Реклама должна быть краткой, иначе она воспринимается не полностью;

– Реклама должна быть понятной клиенту – тогда она дольше удержится в памяти;

– То, о чем говорится в начале и в конце сообщения, запоминается лучше, чем то, о чем говорится в середине. Поэтому при построении текста и макета рекламного сообщения следует заранее выделить главное, чтобы начать или закончить им;

– Материал должен быть разнообразен или необычен, тогда он запоминается лучше;

– Информация легче воспринимается и лучше запоминается, если она не противоречит привычным понятиям, убеждениям или мнениям;

– Необходимо учитывать дух основных тенденций общественной жизни. Для этого нужно проводить социологические опросы населения, т. е. маркетинговые исследования. Только так можно узнать, что нравится клиентам.

Несмотря на все современные «технологические прорывы» в системах информирования и коммуникаций, основной и наиболее результативный способ продвижения экотуров – по-прежнему «из уст в уста». Именно по этому принципу выбирается около половины всех экотуров. Поэтому крайне важно не рекламировать услуги и возможности, которые в данный момент не могут быть реально обеспечены, и не возбуждать неоправданных ожиданий. Ведущий принцип добросовестной экологически ориентированной рекламы: в ней должны содержаться достоверные, объективные сведения и факты, а не просто уверения, которые невозможно проверить.

Необходимо добиваться наибольшей природоохранной эффективности всех форм рекламы. При этом важно объяснить читателю или слушателю рекламного обращения, что его действие будет полезно не только природе, культуре, человечеству, но и непосредственно ему самому, причем таким-то образом и по такой-то причине. Другими словами, нужно суметь затронуть личные интересы адресата рекламы в общем природоохранном контексте рекламного обращения, придав тем самым этому контексту эмоциональную нагрузку.

Тактические решения по рекламе (выбор средств рекламы или рекламоносителей, контроль за расходами, график выхода рекламных обращений) рассматриваются в книге Е.Н. Ильиной «Туроперейтинг: организация деятельности». М., 2000.

## 2. Интернет-маркетинг

Сегодня чем дальше, тем больше в распространении туристической информации возрастает роль электронных СМИ и каналов телекоммуникаций, используемых также для бронирования. Создаются новые базы данных, например, *The Adventure Society*, *Adventure Atlas*, *the Official Recreation Guide*, *Ultran*.

Туроператорам и охраняемым территориям, желающим привлечь посетителей, крайне важно иметь хороший сайт в Интернете, который обеспечит адекватную информацию как для россиян, так и для иностранцев. Создание эффективного сайта – задача первостепенная, так как это основной метод продвижения экотуристических услуг, возможность быстро и эффективно сообщить о них потенциальным клиентам, создать имидж и образ охраняемой природной территории. Чтобы поддерживать интерес и доверие общественности к представленной информации, сайт необходимо регулярно обновлять.

#### Общие рекомендации по созданию Интернет-сайтов:

(по: В.Н. Бочарников, тезисы доклада-презентации на семинаре по вопросам развития экологического туризма на проектных территориях Нижней Волги, 2009 г.)

– Привлекательный дизайн, как характеристика внешнего вида сайта. Высокое качество графики, точный подбор шрифтов и цветов, уместность формата и соответствие той аудитории и задачам, на которые ориентирован сайт. Желательно в оформлении сайта избегать одного цвета. Предпочтительнее, если в оформлении присутствуют несколько цветов, которые хорошо сочетаются между собой.

– Эргономика – четкая структура, удобная навигация, простота поиска необходимой информации. Правильно скомпонованные навигационные возможности дают возможность быстро находить нужное место на сайте и легко охватить его содержание как вглубь, так и вширь.

– Быстрота загрузки сайта (время его загрузки не должно превышать 60 секунд)

– На сайте необходимо разместить подробное описание предлагаемых туров с иллюстрациями, ценами, сезоном реализации, возможностью бронирования и контактными данными. Прайс-листы, которые также можно было бы скачать. Информационное наполнение сайта должно привлекать внимание посетителя и отвечать теме. Форма подачи информации должна соответствовать аудитории и учитывать специфику сетевого чтения. Информационное наполнение должно вызывать у пользователей желание возвращаться на сайт вновь и вновь.

– Хорошая интерактивность, которая не исчерпывается гиперссылками и всплывающими меню - сайт должен предоставлять пользователю возможность диалога для двухстороннего обмена информацией. Интерактивные элементы - то, что позволяет пользователю реально ощутить преимущества сети по сравнению с другими источниками информации.

– Сайт должен иметь как минимум двуязычный интерфейс.

– Технологичность. Желательно, чтобы качество сайта не зависело от серверной платформы, типа браузера или монитора пользователя.

– На сайте необходимо размещать все новости и события, и оперативно обновлять эту информацию.

– Обеспечение экономичного и полуавтоматического режима обновления информации сайта.

– Точность контактной информации, детальное описание проезда.

– Максимально подробный раздел «Вопросы/Ответы», чтобы избежать лишних звонков в офис. Тем не менее, номер телефона должен быть расположен на видном месте на каждой странице, так как многие все же перезванивают в офис.

– Наличие вспомогательной информации (погода, фото гостевых домов и других объектов размещения), которая поможет определиться с выбором тура.

– Информация о наиболее интересных предложениях должна быть на первой странице.

– Имеет смысл предлагать не просто отдых в том или ином регионе, а готовое решение, например: «Куда поехать с ребенком», «Где лучше всего наблюдать птиц», «Отдых и лечение» и т. п.

ООПТ можно рекомендовать создание собственного раздела на официальном портале региональных Агентств по туризму, а также более активное использование Интернет-ресурсов Администраций областей и районов. Кроме этого, возможно включение информации о предлагаемых

экологических турах и программах на сайтах туристских фирм, турбаз, других субъектов туристской инфраструктуры, заинтересованных в развитии экологического туризма. При этом целесообразно выделить информацию об экотуристском продукте на отдельную страницу.

Для того, чтобы реклама в сети Интернет была эффективной для ООПТ, сайт должен быть прорекламирован везде, где только это возможно: в печатной продукции, на визитках, фирменных бланках и т.д. Сайт обязательно нужно зарегистрировать в самых крупных российских поисковых системах, таких как Google, Yandex, Rambler, Апорт, а также в каталогах @RUS, Лист.РУ.

Важно не только создать сайт, но еще и постоянно продвигать его в сети Интернет. Интернет-маркетинг – комплекс методов продвижения корпоративных веб-ресурсов в Интернете, результатом которых должна стать раскрутка торговой марки предприятия и привлечение новых клиентов. Важно предпринять специальные меры, чтобы при наборе соответствующих запросов в поисковых системах ваши предложения оказались не на последних страницах, а как минимум в первых десяти позициях. Это – серьезная и достаточно сложная работа, которую целесообразно поручить профессионалам. В ряде случаев целесообразно ведение контекстной Интернет рекламы. Необходимо постоянно работать над продвижением сайта, чтобы потенциальные туристы могли найти ваши предложения среди огромного количества информации. Рекламные кампании в Интернете должны обязательно включать специальный ориентир на получение «обратной связи» от клиентов.

Не следует забывать про размещение предложений на крупных туристических порталах – таких, как travel.ru, skitalets.ru, региональные порталы.

### **3. Адресное предложение турпродукта и стимулирование сбыта включают:**

– Ведение постоянно обновляемых баз данных клиентов (в том числе повторных) с регулярной рассылкой рекламных материалов, поздравлений с праздниками, информации о новинках, текущих акциях и кампаниях;

– Отслеживание дискуссий и отзывов на популярных сайтах (блогах) в сети Интернет, с индивидуальным реагированием на критические замечания и необходимой позитивной реакцией на их исправление;

– Прямой маркетинг (телефонный маркетинг, почтовую рассылку – информирование перспективных корпоративных клиентов)

– Стимулирование продаж – при этом клиентам предлагаются, например, разнообразные скидки, проводятся конкурсы и розыгрыши призов для покупателей туров, а также раздаются предметы с символикой различных ООПТ;

– Организацию игр, аукционов, где в качестве выигрыша или приза предлагаются ценный сувенир, бесплатная экскурсия, тур по территории ООПТ и т. п.;

– Рассылка поздравлений по случаю праздников и др.

### **4. Организация системы public relations (связей с общественностью), не прямое предложение**

В целях активизации продаж экологических путешествий наряду с мерами стимулирования сбыта может и должна использоваться туристическая пропаганда. Сейчас этот вид деятельности называют PR – public relations (связи с общественностью).

Целью кампаний по связям с общественностью является формирование общественного мнения (publicity), создание позитивного имиджа ООПТ и экологических путешествий в конкретные регионы. В отличие от прямой рекламы, в данном случае информация доносится до потенциальных туристов опосредованно – через писателей или журналистов, пишущих о путешествиях (при этом используется редакционное, а не платное место и время во всех средствах распространения информации), через фильмы о природе, прием VIP персон, организацию публичных мероприятий и участие в аналогичных мероприятиях, иные, специально разработанные виды деятельности. При этом необходимо учитывать, что процесс “завоевания доверия” широкой аудитории и формирования ее позитивного отношения может быть долгосрочным.

Минус такого способа состоит в том, что во многих случаях отсутствует возможность контролировать, каким в итоге получится материал. Плюс – в том, что такая информация достигает широкой аудитории при минимальных затратах. Подобная пропаганда способна значительно повысить уровень общественной осведомленности, и обойдется это значительно дешевле, чем реклама, поскольку туроператор не платит ни за место, ни за время в СМИ. Наиболее известные кинофильмы о природе (например, «Гориллы в тумане» и многие документальные фильмы, особенно показанные по телевидению), сыграли огромную роль в широком общественном интересе к тем местам, которые были в них показаны, пробудив у многих людей желание посетить их.

Наш опыт свидетельствует о значительной эффективности публикации статей об экопутешествиях и ООПТ в популярных тематических журналах (при этом, если в тексте упоминается возможность посещения описываемых мест, желательна ссылка на соответствующий сайт или контактные данные).

Сотрудничество с прессой может налаживаться путем приглашения журналистов, освещающих вопросы туризма, на различные семинары, выставки, пресс-конференции, конкурсы и другие мероприятия, привлекающие большое количество участников. Целесообразно также проведение или участие в различных общественных акциях – Днях туризма, фестивалях, пропагандистских кампаниях типа «Туризм и экология» и др.

Иногда чрезвычайно полезной может оказаться организация информационных поездок специально для журналистов (оплату при этом нередко берут на себя организаторы тура). Российским охраняемым территориям просто необходимо такое «полевое» взаимодействие – ведь никакие фотографии, видеофильмы и буклеты не могут заменить живых впечатлений журналистов от встреч с природой парка, от знакомства с жизнью его сотрудников, с местными традициями и культурой. Нужно приглашать журналистов, фотографов, операторов в парк специально и предлагать им индивидуальные программы визитов.

Для первых встреч с журналистами, в том числе и на выставках, важно иметь не только стандартные буклеты, но и краткие *пресс-релизы*, *пресс-пакеты* и т. п., рассчитанные именно на журналистов.

Пресс-релиз является базовым инструментом для составления информации на любую заданную тему, о которой необходимо сообщить СМИ. Чем более профессионально он составлен, тем больше вероятность того, что информация дойдет до нужной аудитории. Существует несколько рекомендаций по оформлению и написанию пресс-релизов:

1. Используйте собственный печатный бланк, чтобы придать релизу профессиональный облик и сделать его узнаваемым для редактора. Используйте яркий логотип или интересный конверт. Печатайте адреса, а не наклейки.

2. Используйте легко читаемый шрифт, буквы верхнего и нижнего регистра (нельзя, чтобы всё было написано только заглавными буквами), двойной интервал между строками. Попробуйте уложиться в две страницы. Укажите контактное лицо и координаты для связи с ним. Сделайте пометку, является ли ваше сообщение неотложным или оно приурочено к определенной дате.

3. Адресуйте информацию той аудитории, которой она будет интересна. Определите редакторов и журналистов, которые готовят материалы о вашей отрасли. Подтвердите ваши новости фактами, поместите их в современный контекст. Ссылайтесь на мнение людей, которых вы цитируете. Не интерпретируйте сообщения.

4. Рассылайте ваши релизы с определенным временным интервалом. Ждите удобного случая или развития событий.

В целом, пресс-релизы должны содержать и общие сведения о вашей ООПТ, и некоторые живые, конкретные подробности – примеры, интересные случаи, истории, а также новости.

Успех работы с СМИ зависит прежде всего от профессионализма и опыта самих работников ООПТ или туроператоров, а также от степени увлеченности и таланта журналистов. Главное

в этой работе – подготовить для журналистов побольше интересных сведений, привлекательных, эмоционально насыщенных материалов, и найти хорошего партнера.

Иногда бывает полезно и самим работникам ООПТ или туроператорам предлагать свои тексты для публикации.

Итак, очевидно, что пресс-релизы, специальные материалы, ознакомительные поездки – важный и необходимый инструмент взаимодействия организаторов туризма с прессой. Правда, нередки случаи, когда «организованные» таким образом публикации, теле- и радиопередачи не достигают желаемого эффекта, несмотря на, казалось бы, хорошо подготовленные для них материалы. Дело в том, что российские журналисты пока еще не очень сведущи в проблематике природно-ориентированного туризма, и потому без обратной связи взаимодействие с ними может принести заказчику неожиданности и разочарования. В идеале надлежит не только умело показать свой национальный парк или турпродукт, но и обеспечить необходимый уровень сотрудничества с приглашенным журналистом, редактором газеты или журнала.

Масс-медиа – важнейший инструмент построения системы общественных связей ООПТ и формирования их благоприятного имиджа. Без их участия не должно проходить ни одно из проводимых парком значимых мероприятий. С их помощью следует поддерживать постоянное внимание клиентов и партнеров и к текущей деятельности парка. Недаром говорится «с глаз долой – из сердца вон» - применительно к данному контексту это выражение можно перефразировать следующим образом: «исчезнуть из поля зрения средств массовой информации означает потерять многих и многих клиентов». Это положение выглядит особенно актуальным, если вспомнить, что главная стратегическая задача туристического предприятия состоит в том, чтобы не только постоянно привлекать новых клиентов, но и сохранять старых клиентов и побуждать их чаще и больше обращаться к услугам данного предприятия.

5. Самостоятельная продажа собственных туров обычно возможна лишь при малом объеме услуг (например, обслуживание конкретного предприятия либо устоявшегося и небольшого круга клиентов) и нередко не приносит большого успеха. Во многих случаях полагаться только на прямую продажу туров клиентам достаточно затратно и по финансовым вложениям, и по времени.

Реализация туров через партнеров – **туроператоров и турагентства** – может быть эффективным дополнением ваших усилий по прямым продажам. Или же Вы можете полностью положиться на посредников для продажи своего продукта.

Использование туроператорами посредников (турагентов) для продажи туристических поездок является самым распространенным и эффективным способом максимального привлечения клиентов. Сотрудничество между туроператором и турагентом дает обеим сторонам существенные выгоды. Наличие у туроператора турагентской сети обеспечивает ему:

- Увеличение продаж туров;
- Выход на новые рынки;
- Сокращение расходов на содержание собственного персонала, на аренду помещений, на их оснащение и др.

Необходимо иметь в виду, что взаимодействие ООПТ с представителями этой обширной и специфической целевой группы требует некоторых специальных профессиональных навыков. Наиболее продуктивным оно может быть в том случае, если туристические ресурсы выявлены и охарактеризованы полно и адекватно, если услуги и продукт, которые могут быть предложены туристам, уже в той или иной мере подготовлены.

С другой стороны, туроператоры, интересующиеся природно-ориентированными турами, могут и сами обращаться к администрациям ООПТ и других территорий с предложениями использовать те или иные ресурсы для формирования своих собственных туров. Для территорий, только начинающих развивать туризм, такие предложения могут быть интересны. Однако следует сразу же оговаривать и юридически закреплять условия сотрудничества с такими туроператорами,

предусматривая постепенное вовлечение территорий и в подготовку туров, и в их реализацию. Другими словами, нужно стремиться к тому, чтобы в результате сотрудничества был создан совместный турпродукт, со всеми вытекающими из этого обстоятельства следствиями (доля в доходах, рабочие места, вложения в инфраструктуру и т. п.).

Если же территория сама обращается к туроператору с предложением о сотрудничестве, то это предложение должно быть хорошо подготовленным. Помимо ясно сформулированных условий сотрудничества, нужно представить необходимый минимум сведений об имеющихся ресурсах и услугах, в том числе и тех, которые могут быть предложены туроператору не только ООПТ, но и другими потенциальными поставщиками услуг – по размещению, питанию, перевозкам, экскурсионным программам, развлечениям, торговле и т. д.

Для подобного сотрудничества необходима четкая и подтвержденная официальными документами информация обо всех правовых нормах, прямо и косвенно регулирующих туристическую деятельность на территории парка и в его окрестностях, а также о местных налогах, сборах, режимных и административных ограничениях и т. п. Нередко бывает, что турфирма, «дистанционно» подготовившая какой-либо тур в удаленный национальный парк, определив его цену и уже продав свой продукт, сталкивается с неожиданными дополнительными расходами или даже с запретами на проведение тура непосредственно на месте – после того как первые туристы уже прибыли по назначению. Такие сюрпризы, часто обусловленные инициативами, а иногда и произволом местных властей или же неаккуратностью работников парка, готовивших информацию об условиях проведения тура, способны надолго отвратить туроператора от сотрудничества с парком, особенно если это туроператор иностранный.

Туроператоры должны активно работать со своими турагентами – проводить с ними семинары по изучению условий турпоездок и др.

Однако, как бы ни были полны и информативны все подобные материалы, «дистанционно» предоставляемые туроператорам, их недостаточно. Для привлечения надежных и заинтересованных партнеров по организации туризма, для продвижения турпродукта парка на рынок нужно проводить специальные ознакомительные поездки, или **тест-туры**, достаточно дешевые и привлекательные. Такие поездки, организуемые для туроператоров и турагентов в рекламных целях, следует тщательно планировать. Необходимо, в частности, так построить программу поездки, чтобы наилучшим образом показать все потенциальные возможности и самого парка, и соседей, которых можно рекомендовать для участия в развитии туризма в окрестностях парка. При этом важно выделить своеобразие и те особенности парка и района, которые могут обеспечить представление об оригинальности турпродукта, прежде не предлагавшегося на рынок. Нужно продумать состав приглашаемых участников и подготовить проекты соглашений и договоров с потенциальными партнерами – туроператорами и турагентами.

Использование туристических торговых посредников имеет и свои недостатки. Они ожидают агентский процент или комиссионные от продажи вашего продукта, что увеличивает стоимость тура. Если агент не знаком с экотуристическим рынком или имеет продукты, более легкие для продаж, не исключено, что через него может быть продано очень малое, а то и вовсе ничтожное количество вашего продукта.

Не исключено, что оптовые фирмы-турагенты уже имеют в данном регионе достаточное количество продукта, подобного вашему, и не заинтересованы в добавлении еще одного продукта. Но, если вы все-таки найдете посредника, для развития рекламы и продажи вашего продукта ему может потребоваться долгое время – 18–24 месяцев.

Следует принимать во внимание, что маркетинг экотуров – достаточно длительный процесс. Большинство серьезных европейских и американских турагентств планируют предлагаемые программы за 2–3 года. Их каталоги программ на сезон публикуются в среднем за год до его начала. Поэтому не приходится рассчитывать на существенный поток клиентов в тот же год, когда началось ваше сотрудничество. Однако в этом же году вполне реально организовать тест-тур для небольшой группы туристов во главе с представителем турагентства.



За рубежом организация тест-туров (или ознакомительных туров) для посредников и/или представителей ведущих туристических компаний – общепринятая стратегия. При этом принимающая сторона полностью или частично оплачивает все расходы по приему на месте (кроме стоимости авиабилетов). Однако в ряде случаев тест-туры, организуемые в России для зарубежных операторов, не имели желаемого результата. Иногда это было отчасти связано с недобросовестностью некоторых зарубежных турагентов, но в большей степени с тем, что в ходе тура вскрывались многочисленные проблемы как политико-экономического, так и частного характера. Организация тест-тура может иметь смысл, если партнерское агентство достаточно серьезное и известное. Если вы решили проводить тест-тур, необходимо очень хорошо подготовиться к нему.

## **6. Туристические выставки**

Универсальным и продуктивным инструментом взаимодействия как с клиентами практически всех целевых групп, так и, в первую очередь, с туроператорами и турагентами являются специализированные **туристические биржи (выставки)**. На этих выставках обычно широко представлена и туристическая пресса. Здесь же проводятся тематические конференции, семинары, презентации и т. п. В определенные дни турбиржи посещают также опытные и любознательные клиенты-индивидуалы. Во время работы таких выставок ее участники продают свои туры, выявляют возможных партнеров, проводят переговоры и заключают договора, обсуждают перспективные направления развития туризма и новые методики, осуществляют экспресс-маркетинг турпродукта, устраивают пресс-конференции, разыгрывают поощрительные призы и т. п.

На портале Международного общества экотуризма [ecotourism.org](http://ecotourism.org) размещается подробная информация о выставках, конференциях и других мероприятиях в сфере экотуризма.

Участвовать в выставках может быть полезно, но только «во всеоружии» – с набором подготовленных туров, с полным спектром рекламных и презентационных материалов, с опытными сотрудниками. Необходимо запастись и достаточным количеством денег, ибо стоимость даже маленького отдельного стенда (два-три стола, несколько стульев и три стенки) на крупной выставке бывает весьма высока. Во многих случаях целесообразно совместное участие единым консолидированным стендом, объединяясь с другими туроператорами по тематическому или региональному принципу. Для ООПТ очень логично совместное участие с районной администрацией. Даже при отсутствии собственного стенда очень полезно посетить выставки в качестве гостя, завязать новые контакты.

Для оформления стенда, работы с посетителями и участниками выставки как минимум необходимо заготовить:

- фотографии, плакаты, карты, коллажи, изделия местных промыслов, другие предметы, представляющие наиболее интересные, своеобразные и ценные природные и культурные богатства парка и региона, достаточно яркие, выразительные и крупные, – для размещения на стенках стенда;

- несколько десятков комплектов базовых информационных материалов, подробно характеризующих туристические ресурсы, предлагаемые услуги и продукт ООПТ – не для массовой раздачи, а для индивидуальной работы за отдельным столом с теми посетителями стенда, которые захотят либо сотрудничать с парком, либо купить конкретные туры; для этих же посетителей необходимо иметь комплекты официальных документов, представляющих парк (лицензии, сертификаты) и его сотрудников (визиток всегда требуется очень много), а также бланки договоров, печать и т. п.; для деловых переговоров нужно иметь на столе минеральную воду, блокноты и ручки и т. п.;

- массовый «раздаточный» материал (сотни и даже тысячи экземпляров); обычно это небольшие буклеты и простые листовки, содержащие, во-первых, краткие сведения о парке, и, во-вторых, описания конкретных предлагаемых туров и услуг – с ценами, сроками, условиями и т. д.;

– недорогие сувениры, местные натуральные продукты, литературу, открытки и тому подобные вещи – для продажи.

При наличии возможностей и средств целесообразно разместить на стенде монитор, демонстрирующий видеофильмы об ООПТ; приготовить для всех желающих бесплатные сувениры, фирменные пакеты или сумки для подборок рекламных материалов; снабдить сотрудников, работающих на стенде, выразительными фирменными элементами одежды.

Существует еще множество других аспектов оформления стендов и обеспечения эффективной работы на выставке, но подробно описывать их здесь нет ни возможности, ни необходимости: интересующиеся могут ознакомиться со специальными руководствами, а также посетить ряд выставок и понаблюдать лично за работой их участников. Вместе с тем имеет смысл систематизировать и еще раз кратко обозначить те основные компоненты, из которых складывается вся работа на выставке и на стенде (хотя отчасти они уже были охарактеризованы выше):

– Этап подготовки (начинается по меньшей мере за год до открытия выставки) – разработка плана оформления стенда с выделением его лейтмотивов и изготовление всех демонстрационных материалов; анализ существующих предложений потенциальных конкурентов (в том числе каталогов предыдущих выставок той же тематики, что и избранная Вами) и разработка Ваших оригинальных туров и услуг; составление списка интересных клиентов и партнеров, которых необходимо пригласить посетить Ваш стенд, рассылка соответствующих извещений; разработка набора оригинальных туров и услуг, выделяющих Ваш парк из числа других; изготовление раздаточного материала; подбор и обучение сотрудников для работы на стенде.

– Этап работы непосредственно на выставке – регулярный оперативный анализ результатов работы по данным «журнала контактов» и корректировка действий; распределение внимания и усилий в соответствии с общей программой мероприятий выставки и их популярностью; обновление и пополнение материалов стенда в соответствии со спросом; сбор материалов на стендах «родственной» тематики.

– Этап реализации и развития результатов работы на выставке: установленные контакты, собранные материалы, заключенные соглашения – исходные пункты для развития Вашей работы по продвижению туристического продукта парка на рынок, по реализации полученных и сделанных предложений. Это также материал для анализа эффективности вашей работы, выделения целевых групп клиентов и построения стратегии дальнейших действий.

7. Для развития экотуризма также очень важно обеспечить публикацию и распространение разнообразных **сопутствующих материалов** – путеводителей, карт, справочников, определителей флоры и фауны, а также детальной информации для местных и зарубежных экотуристов. Полевые определители птиц и других животных, списки видов, брошюры и буклеты с цветными фотоиллюстрациями и подробными описаниями ООПТ, ботанические путеводители по регионам в настоящее время пользуются огромным спросом и совершенно необходимы для более широкого распространения знаний об экологии и экотуризме. Ведь большинство экотуристов – это много читающие, хорошо образованные люди. Содействие такого рода публикациям должно быть одним из приоритетных направлений работы.

**Печатная продукция.** ООПТ необходимо иметь весь набор печатной рекламно-издательской продукции, которая является одним из самых популярных и надежных каналов распространения рекламной информации. Печатную рекламную продукцию лучше всего выполнять на качественной бумаге с использованием ярких цветов, качественного и богатого иллюстративного материала. Она может включать каталоги, путеводители, проспекты, брошюры, буклеты и рекламные листовки.

Наиболее полную информацию о месте проведения экологических туров и маршрутов предоставляют **туристские каталоги**, в которых целесообразно отразить основные особенности

местности, существующую инфраструктуру, предлагаемые экологические туры, схему проезда, описание достопримечательностей, все возможные формы отдыха и развлечений. В каталоге необходимо сделать отдельный раздел, в котором будет содержаться подробная и достоверная информация обо всех средствах размещения на территории, возможностях питания. Каталог необходимо проиллюстрировать красочными фотографиями местности, средств размещения, картами, схемами и т. д. Тексты в каталоге не должны быть объемными, а лишь комментировать изображения и в целом иметь преимущественно рекламно-информационный характер. Важно, чтобы полиграфическое качество каталога было на высоком уровне. Издание каталога лучше всего поручить профессиональным рекламным агентствам, так как изготовление его силами собственных сотрудников, которые не являются специалистами рекламного дела, иногда приводит к появлению непрофессиональных печатных изданий.

Одной из разновидностей печатной рекламы является книжная реклама – фирменные *справочники-путеводители*. Этот вид печатной рекламы отличается долговечностью и наличием большой аудитории. Путеводитель по охраняемым территориям может включать в себя следующие разделы:

- история;
- природа;
- культурно-исторические объекты,
- быт и традиции;
- особо охраняемые природные территории;
- полезная информация;
- картографическая информация.

Качество печати путеводителей также должно быть выполнено на высоком уровне, в отличие от каталога путеводитель должен быть насыщен самой подробной и привлекательной информацией обо всех достопримечательностях, музеях и т. д.

Основной упор в печатной рекламе большинству ООПТ рекомендуется сделать на *брошюры*, рекламирующие территорию в целом, и *проспекты или буклеты*, представляющие отдельные маршруты и туры.

Можно рекомендовать издать не только общую, но и тематические брошюры, посвященные какому-либо аспекту деятельности данной территории и направленные на конкретную целевую аудиторию, например:

- брошюра по туристским объектам проектных территорий;
- брошюра (лучше несколько) по туристским продуктам различной направленности, для различных категорий клиентов;
- брошюра по средствам размещения с приблизительными ценами, сезонными скидками, факторами загрузки и т. д.;
- брошюра с полезной информацией для путешественника обо всех услугах и объектах, находящихся на данной территории.

Проспекты и буклеты как средства печатной рекламы распространяют более конкретную информацию о маршруте или туре. Они не очень дорогие в изготовлении, в них легко внести изменения.

*Рекламные листовки* используются для оперативной рекламы, они малоформатны, экономичны в изготовлении и являются обязательным атрибутом любой рекламной кампании.

Буклеты и листовки могут быть посвящены отдельным конкретным объектам – музеям, туристским базам, или описывать отдельные конкретные тематические маршруты. Их можно изготавливать своими силами, небольшими тиражами, имея компьютер и принтер.

В целом, для того, чтобы получить максимальный эффект от реализации издательской продукции, надо рассчитать и выбрать тот ее вид, который соответствует финансовым возможностям территории. Но важно, чтобы он был изготовлен качественно.

### Как привлечь экологов?

(Т. Лозанская, на примере заповедников юга Дальнего Востока)

	Иностранцы		Россияне	
	Бизнесмены в командировке	Организованные группы экологов	Местные жители и их гости	Представители обеспеченных слоев (банки, иносферы и др.)
Способ контакта с ООПТ	Непосредственно	Через местное и/или зарубежное турагентство	Непосредственно	Непосредственно и через турагентства
Что требуется от ООПТ для работы с данной группой	1. Листовки-описания конкретных коротких программ на английском языке	1. Подготовка 1-3 более длительных и детальных программ туров со сметой их стоимости	1. Если возможно, разработка нескольких разнообразных и недорогих программ и экскурсий, чтобы привлечь больше посетителей	1. Листовки с описаниями возможных видов деятельности и услуг на русском (возможна русскоязычная версия листовок для иностранцев)
	2. Готовность отвечать на телефонные звонки; наличие персонала, владеющего информацией о программах и ценах (желательно со знанием языка)	2. Снабжение местных и зарубежных агентств описаниями этих программ	2. Листовки и/или описания возможных видов деятельности и услуг на русском	
	3. Информационные буклеты на английском о заповедниках и интересных особенностях посещаемых территорий, с картами		Информация на русском об ООПТ и интересных особенностях посещаемых территорий, с картами	
Где распространять информацию	- реклама в газете - распространение листовок в гостиницах, музеях, ресторанах, на авиалиниях	- рассылка в местные и иностранные специализированные турагентства	- рекламная информация в местных СМИ - Распространение листовок в школах, институтах, музеях и других местах, посещаемых студентами и приезжими посетителями	- реклама в местных СМИ - рассылка листовок в ключевые местные организации
	- рассылка листовок в офисы иностранных организаций		- рассылка листовок в местные турагентства	- рассылка листовок в местные турагентства

— на что целесообразно привлекать финансирование (гранты) международных благотворительных фондов

Такая рекламно-издательская продукция с тематикой ООПТ, как *календари, открытки, значки*, пользуются большим спросом у туристов. Они могут реализовываться через систему торговли, и, следовательно, приносить доход или хотя бы оправдывать средства на свое производство.

Календари, брошюры, картосхемы должны содержать элемент приглашения в парк, рассказывать о созданных условиях для отдыха, предлагать различные услуги (прокат, транспорт, условия

для фото- и видеосъемки, проживание). Работая в этом направлении, природным паркам желательно иметь свою собственную эмблему, символику. При разработке дизайна буклетов, календарей, открыток надо обязательно использовать эти элементы. Что касается календарей, то они, как правило, пользуются наибольшим спросом и обладают лучшим рекламным эффектом. Календарь используется в течение всего года, и, каждый раз обращаясь к нему, одновременно читается помещенная на нем информация. Календари могут быть настенными, настольными, карманными. Карманные календари могут выпускаться сериями, с изображением флоры и фауны парка.

Распространение печатной продукции необходимо осуществлять в местах дислокации основных целевых потребителей того или иного тура. В частности, продвижение туров среди школьников необходимо осуществлять через администрацию школы, классных руководителей и на родительских собраниях посредством организации эколого-просветительских экскурсий в рамках школьной программы, а также во время летних каникул.

Для продвижения студенческих экологических программ необходимо распространять рекламную информацию в вузах, осуществлять презентацию туров на занятиях, через преподавателей, организующих летние практики. Распространение рекламной информации в вузах привлечет и профессорско-преподавательский состав (категория клиентов-ученых специалистов), а также их родственников и друзей (категория случайных туристов или любителей природы).

Для других категорий туристов печатная реклама может распространяться через книжные магазины, специализированные магазины, реализующие туристскую продукцию, туроператоров и турагентов, в местах массового скопления людей (торговые центры, парки отдыха и т. д.).

Отдельной категорией потребителей являются случайные туристы, приехавшие в регион с другими целями, но потребляющие экотуристский продукт в качестве дополнительной услуги. Продвижение продуктов экотуризма для них должно осуществляться через турфирмы и средства размещения, клиентами которых они являются.

В настоящее время уделяется большое внимание разработке *мультимедийных продуктов*, особенно компьютерных энциклопедий, электронных учебников, развлекательных и познавательных программ, путеводителей и т. д.

Мультимедиа – это интерактивная технология, обеспечивающая работу с неподвижными изображениями, видеоизображением, анимацией, текстом и звуковым рядом. Мультимедийный продукт – интерактивная компьютерная разработка, в состав которой могут входить музыкальное сопровождение, видеоклипы, анимация, галереи картин и слайдов, различные базы данных и т. д. (Бочарников В.Н., 2009). Мультимедийный продукт представляет собой, с одной стороны, программный продукт, предоставляющий пользователю возможность интерактивного (диалогового) режима работы, а с другой – среду, где используются различные видео- и аудиоэффекты. Она очень напоминает видеофильм, где зрителю предоставляется возможность самостоятельно выбрать ту или иную сюжетную ситуацию.

Мультимедийный продукт способен выполнять самые разные функции. Возможности мультимедиа ограничиваются только фантазией разработчиков и бюджетом заказчика. Его основной носитель сейчас – DVD-диск. Мультимедиа презентация сегодня – это главный стандарт представления информации в сфере бизнеса, пришедший на смену бумажным корпоративным брошюрам, каталогам, рекламным листовкам и пресс-релизам.

Демонстрационные компакт-диски прочно занимают обширную нишу в области рекламы, *promo* и *pr* технологий. Области применения презентационных компакт дисков:

- Международные отношения;
- Выставки;
- Подарок деловому партнеру;
- Почтовая рассылка;
- Продвижение нового продукта или услуги;
- Информационная поддержка компании;

- Помощь докладчику на конференциях;
- Большая номенклатура предлагаемых фирмой товаров и т. д.

**Кино- и видео продукция.** К созданию кино- и видеопродукции надо подойти очень серьезно. В большинстве случаев охраняемые территории имеют копии кинофильмов, снятых по инициативе других организаций, или «свои» видеофильмы, оставляющие желать лучшего. Такие фильмы не привлекают особого внимания и соответственно не приносят доход и не оправдывают затраченные средства. Единственное применение таким фильмам видится в ознакомлении с проектной территорией определенной, уже заинтересованной категории людей.

Для того, чтобы фильмы приносили коммерческий доход, их необходимо создавать силами профессионалов. Видеофильмы могут иметь различный временной отрезок: это могут быть краткие зарисовки какого-то маршрута, либо подробный рассказ обо всей деятельности парка. Кроме того, можно снять целую серию видеофильмов о парке, конечно при наличии соответствующих финансовых возможностей. Так или иначе, в арсенале рекламной продукции ООПТ информация на видеоносителях должна присутствовать. Информацию лучше записывать не на кассетах, а на дисках CD или DVD формата

Можно использовать нестандартный подход к видеопродукции, а именно снять «экологический клип». Это может помочь ООПТ найти спонсора, так как в клипе будет присутствовать спонсорская символика. Компания, выступившая спонсором парка, улучшает свой собственный имидж, а парк получает доход.

Особого опыта, знания рынка, средств и связей требует маркетинг российских экотуров за рубежом. Для наших ООПТ и сопредельных им территорий он в значительной степени возможен благодаря сотрудничеству с партнерами-профессионалами или через зарубежные турагентства.

Ключом к успеху здесь является прежде всего проведение инвентаризации того, что реально может предложить и предоставить тот или иной парк иностранным клиентам. Но этого недостаточно. Таких клиентов не будет до тех пор, пока российские туроператоры не будут иметь четкое представление о том, как преподнести природные ценности своего региона в формате, привлекательном для иностранцев, и куда следует направлять информацию о своем продукте. Парадоксально, но факт: сплошь и рядом бывает, что в информации о регионе нет недостатка, и отечественный туризм функционирует, а зарубежный турист так и не может «открыть» для себя этот край по причине несоответствия формы информации привычным для него стандартам.

Наиболее существенным пробелом в выходе отечественного экологического туризма на международный рынок представляется отсутствие у местных туроператоров как опыта, так и профессиональных контактов. Международный рынок природного туризма высоко специализирован, т.е. ориентирован на специфические интересы и потребности. Между серьезными операторами специальных туров на данный момент сложились многолетние высокопрофессиональные взаимоотношения, базирующиеся на знании специфики продукта и понимании законов рынка. Немаловажную негативную роль в труднодостижимости подобных контактов для российских операторов играет и недостаток материальных средств.

Тем не менее попытки установить отношения с серьезными зарубежными туристическими компаниями предпринимаются. Хочется надеяться, что они дадут результаты в недалеком будущем.

По нашему мнению, было бы результативно объединить усилия российских ООПТ, турагентств и других организаций для создания системы маркетинга, способной вывести отечественный «экологически чистый» турпродукт на международную орбиту. Большую роль в этом процессе могут сыграть обучающие семинары.

Успешная организация маркетинга требует немалого опыта. Поэтому для руководителей, желающих внедрить на вверенных им охраняемых территориях экотуризм, во многих случаях

оптимальным является решение прибегнуть для разработки и реализации стратегии маркетинга к помощи независимых профессионалов.

В заключение приведем результаты анкетирования российских заповедников и национальных парков, проведенного авторами в 2010 г. Сотрудников ООПТ просили указать, какие способы продвижения туристского продукта (услуг) они используют, т.е. каким образом туристы узнают о данной ООПТ и возможности ее посетить. Кроме того, необходимо было оценить эффективность каждого из используемых способов по 5-балльной шкале.

Ответы респондентов из заповедников представлены в таблице 4.8.

Интернет сайтом, как маркетинговым каналом, не пользуются 42,4% заповедников. Применительно к заповедникам широко распространены такие способы продвижения туристского продукта (услуг), как корпоративные договора с организациями, рекомендации знакомых, ранее посетивших ООПТ, «непрямая» реклама, буклеты и информация «из уст в уста». Однако эффективность этих способов, по мнению сотрудников, различна. Наиболее эффективным способом привлечения туристов является рекомендация знакомых, ранее посетивших данный заповедник. 44% опрошенных сотрудников оценили эффективность рекомендаций как высокую и очень высокую. Буклеты, несмотря на то, что их используют многие заповедники, оказываются менее эффективными для привлечения туристов, чем, например, «непрямые» рекламные статьи или репортажи о заповеднике в прессе.

Таблица 4.8

**Оценка эффективности способов продвижения туристического продукта сотрудниками заповедников**

В %%															
	Буклеты	Листовки	Рекламные публикации в газетах	Реклама в журналах	«Непрямая» реклама (публикация информационных статей о Вашей ООПТ, что косвенно привлекает заинтересованных посетителей)	Сотрудничество с региональными турфирмами	Сотрудничество с тур-фирмами из Москвы, СПб	Сотрудничество с зарубежными турфирмами	Корпоративные договора с организациями не туристского профиля, направляющими к Вам своих сотрудников	Сайт ООПТ в Интернете	Проведение специальных рекламных кампаний в Интернете	Рекомендации знакомых, ранее посетивших Вашу ООПТ	Информация «из уст в уста»	Привлечение отдыхающих из близлежащих санаториев, курортов	Прочее
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Очень слабая эффективность	13,6	10,6	6,1	12,1	12,1	13,6	10,6	6,1	13,6	4,5	6,1	6,1	3,0	1,5	4,5
Слабая эффективность	13,6	10,6	9,1	6,1	6,1	6,1	6,1	3,0	6,1	7,6		6,1	9,1	6,1	
Удовлетворительная эффективность	24,2	9,1	13,6	10,6	27,3	18,2	6,1	1,5	1,5	18,2	1,5	16,7	13,6	1,5	1,5
Хорошая эффективность	12,1	3,0	6,1	7,6	16,7	12,1	1,5	0	1,5	12,1	10,6	22,7	22,7	6,1	1,5
Отличная эффективность	10,6	3,0	3,0	1,5	12,1	10,6	1,5	0	22,7	15,2		21,2	18,2	7,6	1,5

Всего пользуются этим средством продвижения	74,2	36,4	37,9	37,9	74,2	60,6	25,8	10,6	77,3	<b>57,6</b>	18,2	72,7	66,7	22,7	9,1
Не пользуются этим средством продвижения	25,8	63,6	62,1	62,1	25,8	39,4	74,2	89,4	13,6	<b>42,4</b>	81,8	27,3	33,3	77,3	90,9

Наиболее эффективными способами привлечения туристов следует, исходя из мнений сотрудников заповедников, признать:

1. Рекомендации знакомых, ранее посетивших ООПТ;
2. Информацию «из уст в уста»;
3. Корпоративные договора с организациями нетуристского профиля, направляющими в заповедник своих сотрудников.

Заповедники мало пользуются такими способами продвижения туруслуг, как привлечение туристов с близлежащих курортов (по причине, видимо, удаленности многих заповедников от традиционных курортов). Они также мало пользуются листовками и рекламными публикациями в журналах и газетах, практически не проводят рекламных кампаний в Интернете.

Сотрудничество с зарубежными турфирмами у заповедников также не развито. В плане предоставления туристских услуг заповедники сотрудничают преимущественно с турфирмами своего региона – 60% заповедников заявили о таком сотрудничестве, в то же время с московскими и петербургскими фирмами сотрудничают 25% заповедников, да и оценивают они такую работу как малоэффективную для привлечения туристов (таблица 4.9)

Таблица 4.9

#### Сотрудничество заповедников с туроператорами и турагентствами

	Количество ООПТ, которые сотрудничают с туроператорами в регионе	Количество ООПТ, которые сотрудничают с туроператорами за рубежом	Количество ООПТ, которые сотрудничают с туроператорами в Москве и СПб	Количество ООПТ, которые сотрудничают с турагентами за рубежом	Количество ООПТ, которые сотрудничают с турагентами в регионе	Количество ООПТ, которые сотрудничают с турагентами в Москве и СПб
Сотрудничают	33	3	6	1	16	11
Не сотрудничают	33	63	60	65	50	55

Наиболее типично для заповедников сотрудничать с 1-3 региональными туроператорами и 2-5-ю турагентами в регионе. Сотрудничество с московскими и петербургскими турагентами и туроператорами, а тем более с зарубежными турфирмами носит единичный характер, и статистики здесь выявить невозможно.

Сотрудники национальных парков чаще, чем сотрудники заповедников, используют разнообразные способы продвижения своего туристского продукта. Так, они чаще выпускают буклеты и листовки, чаще рекламируются в газетах и журналах. Большее значение они придают и такому каналу информации, как Интернет, больше внимания уделяется и поддержке в актуальном состоянии своего сайта. Большинство национальных парков дают «непрямую» рекламу в СМИ, эффективнее используют Интернет, проводя, в отличие от заповедников, рекламные акции в Интернете, кроме просто поддержки своего сайта (и высоко оценивают их с точки зрения эффективности) (таблица 4.10).

Так же, как и заповедники, национальные парки развивают сотрудничество преимущественно с региональными туроператорами для продвижения своих туристских услуг и привлечения посетителей. Единственное отличие заключается в том, что национальные парки заметно чаще, чем заповедники, устанавливают сотрудничество с московскими и петербургскими туроператорами.



Таблица 4.10

**Оценка эффективности способов продвижения туристического продукта сотрудниками национальных парков**

В %	Буклеты	Листовки	Рекламные публикации в газетах	Реклама в журналах	«Непрямая» реклама (публикация информационных статей о Вашей ООПТ, что косвенно привлекает заинтересованных посетителей)	Сотрудничество с региональными турфирмами	Сотрудничество с турфирмами из Москвы, СПб	Сотрудничество с зарубежными турфирмами	Корпоративные договоры с организациями нетуристского профиля, направляющими к Вам своих сотрудников	Сайт ООПТ в Интернете	Проведение специальных рекламных кампаний в Интернете	Рекомендации знакомых, ранее посетивших Вашу ООПТ	Информация «из уст в уста»	Привлечение отдыхающих из близлежащих санаториев, курортов	Прочее
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Очень слабая эффективность	18,2	22,7	22,7	13,6	22,7	4,5	9,1	18,2	18,2	18,2	9,1	9,1	9,1	13,6	4,5
Слабая эффективность	9,1	18,2	13,6	13,6	27,3	22,7	9,1	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5		
Удовлетворительная эффективность	22,7	27,3	18,2	27,3	27,3	27,3	13,6		13,6	13,6	9,1	9,1	9,1	18,2	
Хорошая эффективность	9,1	4,5	22,7	4,5	9,1	13,6	13,6		9,1	4,5	22,7	27,3	27,3	13,6	9,1
Отличная эффективность	22,7	4,5			4,5	13,6	4,5		9,1	40,9	36,4	45,5	45,5	22,7	4,5
Всего пользуются этим средством продвижения	81,8	77,3	77,3	59,1	90,9	81,8	50,0	22,7	54,5	59,1	81,8	95,5	95,5	68,2	18,2
Не пользуются этим средством продвижения	18,2	22,7	22,7	40,9	9,1	18,2	50,0	77,3	45,5	18,2	18,2	4,5	4,5	31,8	81,8

Таблица 4.11

**Сотрудничество национальных парков с туроператорами и турагентствами**

	Количество ООПТ, которые сотрудничают с туроператорами в регионе	Количество ООПТ, которые сотрудничают с туроператорами в Москве и СПб	Количество ООПТ, которые сотрудничают с туроператорами за рубежом	Количество ООПТ, которые сотрудничают с турагентами в регионе	Количество ООПТ, которые сотрудничают с турагентами в Москве и СПб	Количество ООПТ, которые сотрудничают с турагентами за рубежом
Сотрудничают	10	10	2	7	2	1
Не сотрудничают	12	12	20	15	20	21

Таким образом:

- Национальные парки лучше представлены в Интернет-пространстве, чем заповедники, и оценивают эффективность этого информационного канала в целом выше. Это может объясняться тем, что у них более широкие возможности работы с населением, поэтому они и используют все маркетинговые возможности.
- Национальные парки в целом более рыночно-ориентированы, чем заповедники, и используют больше информационных каналов для продвижения своего туристического продукта.
- Качество сайта напрямую не связано с посещаемостью заповедника или национального парка, хотя ООПТ, имеющие больше возможностей для приема экотуристов, в целом лучше представлены и в Интернет.
- Для продвижения экотуристических предложений на ООПТ использование Интернет-представительства территории – мощный канал продвижения продукта.

В последнее время в США и Западной Европе появились организации, наподобие Центра ответственного туризма, которые ставят задачей образовывать клиентов по части потребления турпродуктов и стимулируют ответственное принятие ими решений. Такое образование чрезвычайно важно и является отличительной особенностью операторов качественных экологических туров. Начинаться оно должно с встреч еще до начала тура и с информирования о том, как выбрать регион для тура, как вести себя во время путешествия, как оставаться вовлеченными в природоохранную деятельность по возвращении домой. Помимо этого оно должно включать лекции и беседы во время тура и рассылку информации по его окончании.

Усилиям в данном направлении могут содействовать и публикации в популярной прессе, и освещение этих тем в специализированных изданиях - информационных бюллетенях природоохранных организаций, туристических журналах и др.

В результате подобной деятельности круг клиентов, понимающих специфику «подлинного» экотуризма и желающих именно таких туров, будет расти и создаст спрос, на который рынок должен будет ответить возрастанием и количества туроператорских предложений подобного рода.

#### **4.15. Национальные особенности экотуристов из разных стран**

Познавательные программы для иностранных гостей открывают широкие возможности для международного, межкультурного общения. Однако, чтобы это общение было успешным, необходимо учитывать национальные особенности посетителей из разных стран. Лучшее понимание их менталитета, национального характера может оказаться полезным не только при организации туров и предоставлении информационных услуг, но и поможет избежать неловкостей, в противном случае неизбежных.

Итак:

##### ***Японцы***

(по материалам Machlis, Gary E., Field, Donald R. 1984).

Японцы, в зависимости от возраста и социального положения, демонстрируют большое разнообразие стилей поведения. В том числе это проявляется и в способах проведения досуга – невозможно выделить здесь какие-либо общие, универсальные тенденции. Традиционно формы отдыха у японцев скорее пассивные, нежели активные; наиболее популярные среди них – телевидение и радио, чтение книг, беседа между членами семьи. Тем не менее многие японцы увлекаются активными видами отдыха, не случайно в стране значительное развитие получили массовые спортивные мероприятия.

Многие японцы признаются, что путешествие за рубеж для них – наиболее желанная форма проведения отпуска: значительная часть населения Японии достаточно обеспечена, чтобы позволить себе отдых за рубежом. Путешествия – это не только удовольствие, но и символ престижа, статуса. Однако только две категории японского населения имеют достаточно свободного времени для путешествий – студенческая молодежь и пожилые, оставившие активную профессиональную деятельность люди. Отпуск «среднего» работающего японца очень короток. Отсюда исключительная насыщенность и некоторая «поверхностность» туров японских групп: за крайне сжатые сроки они стремятся увидеть максимум достопримечательностей.

Исследование, проведенное Japan Air Lines, свидетельствует о том, что для японских туристов значительный интерес представляет посещение охраняемых природных территорий. Это позволяет сделать российские заповедники и национальные парки важным компонентом привлечения японцев в регионы. Причем такое посещение может являться как целью путешествия, так и хорошим дополнением к «обычным» туристическим программам. Помимо этого японцы склонны совершать недолгие туры в качестве дополнения к деловым поездкам. Поэтому одной из категорий посетителей ООПТ могут быть бизнесмены, находящиеся в стране в командировке.

Если в западной культуре наивысшей ценностью является личность, то наивысшая ценность японца – корпоративность. Широко известна преданность японцев тем организациям, в которых они работают, и подчиненность их личных интересов интересам фирмы. Соответственно японец чувствует себя комфортнее в группе, нежели в одиночку. Японские туристы предпочитают индивидуальным турам туры в составе организованных групп; при этом часто это либо группы, организованные той фирмой, где они работают, либо группы коллег по профессии. Тесная взаимосвязь между профессиональной деятельностью и досугом привела к централизации японской туристической индустрии – весьма динамичной и развивающейся быстрыми темпами: многие крупные индустриальные фирмы имеют свои собственные турагентства. Таким образом, участники японской туристической группы нередко имеют общую профессию, работодателя и основные интересы. Правда, в последнее время наметилась и обратная тенденция – к увеличению числа японцев, путешествующих в одиночку или вне организованных туров.

Нередко японские группы бывают весьма велики – несколько десятков человек, иногда до пятидесяти и выше. Если штат сотрудников или пространство для размещения туристов в условиях относительно «дикой» природы ограничены, работать с таким количеством народа может оказаться просто невозможно. В таком случае более приемлемы другие виды программ – пикники, встречи у костра, посещение оборудованных соответствующим образом экологических троп.

Японцы – чрезвычайно пунктуальные работники. Соответственно и работа турагентства с ними требует отлаженности и четкости.

При планировании продвижения экотуристических программ на японском рынке важно учитывать все эти особенности. Может быть полезно подготовить для ваших японских партнеров план-путеводитель и/или брошюры с описанием туристических возможностей региона, которые окажут им существенную помощь при разработке программ конкретных туров и в дальнейшем – при координации потоков туристических групп и планировании экскурсионных программ. Большим подспорьем для российских организаторов было бы узнать до начала тура о типе группы и ее интересах; эту информацию следует использовать при выборе объектов тура и организации программы.

Информационное обеспечение японских туристов требует особой предусмотрительности. Здесь возможны несколько проблем. Некоторые авторы отмечают «пассивность» времяпровождения японцев во время отпуска и сравнительно низкую потребность в экскурсионной деятельности (посещение музеев, зоопарков и т. п.). Однако большая часть японцев охотно участвует в активном отдыхе на природе, в однодневных выездах за город и пешеходных маршрутах. Прав-

да, при этом может оказаться нелегко вовлечь участников группы в какие-либо более индивидуальные действия – к примеру, побудить их выразить мнение о чем-либо или обсудить изменения в программе тура. Дело в том, что, с точки зрения японца, быстрое принятие индивидуального решения является невежливым, и, следовательно, гидам-переводчикам не стоит ожидать от аудитории немедленной обратной связи.

Продуманность программы, рассчитанной на японцев, ее планирование подразумевает комбинацию как активных, так и пассивных видов деятельности, предоставление возможностей как для спокойного размышления (созерцания), так и для участия в групповой активности.

Другая проблема заключается в сочетании хорошей образованности и наличии сильного языкового барьера: во многих случаях японские туристы не владеют свободно английским. Далеко не всегда упрощенный перевод вводного материала позволяет решить эту проблему – для тех туристов, которые интересуются природой или социальными вопросами, такая информация оказывается неадекватной. Самым лучшим решением в большинстве случаев является обеспечение туристических групп возможно более детальной информацией (например, о природных условиях региона, флоре и фауне) еще до начала тура. Для этого можно заключить договор с каким-либо университетом или языковым вузом о переводе некоторых публикаций на японский язык. Такие переводы желательно распространять вместе с имеющимися у вас буклетами и другими материалами. Помимо этого, всем посетителям необходимо предоставить подробную информацию об условиях размещения, питании, возможности получения медицинских услуг, правилах поведения на охраняемых территориях и т. д.

При работе с туристами очень желательно наличие в группе переводчика, говорящего по-японски. В то же время, многие японские гости свободно общаются на английском, и лидеры их туристических групп (они как раз, как правило, и говорят свободно по-английски) могут существенно помочь в общении с клиентами.

У японцев чрезвычайно развито понятие об «иерархии рангов»: общественные обычаи, моральные ценности, сам японский язык организованы таким образом, что подчеркивают «ранг» взаимодействующих лиц. Для японца типично обращаться к человеку в зависимости от его профессии и занятия. Соответственно даже незначительная градация в профессиональной принадлежности может означать для них градацию в иерархическом положении. Когда японские туристы посещают другие страны, это может отражаться на взаимоотношениях гостей и хозяев: иногда японцы могут выразить даже «презрение» по отношению к людям, которые представляются им «низкопоставленными», – особенно в случае с их азиатскими соседями. Некоторые отмечали довольно грубое поведение японских туристов в Юго-Восточной Азии. В то же время сотрудники российских заповедников, имеющие опыт общения с японскими гостями, свидетельствуют о чрезвычайно вежливом поведении.

Беседу японец обычно активно подкрепляет жестами согласия и одобрения, и при разговоре с россиянином, если тот долго сохраняет молчание и никак не выражает своей реакции, ему может показаться, что тот не слушает.

У японцев распространен обычай собираться перед поездкой на “прощальный вечер”, на котором друзья и родственники желают отъезжающему приятного пути и дарят подарки. Соответственно, из поездки он должен привести сувениры и памятные подарки для многочисленных родных, коллег и друзей. Обязательство путешественника вернуться домой с дарами обычно заставляет его посвятить немалое время покупкам – подчас даже большее, чем собственно познавательным программам. Данные о расходах во время путешествий показывают, что покупка сувениров, открыток и т. д. – один из наиболее важных компонентов времяпровождения японских туристов, в том числе и при посещении охраняемых территорий. Это делает их «благодатной» аудиторией для развития на местах сувенирных промыслов, малого бизнеса.

Большинство авторов отмечают следующие важные особенности (ключевые элементы культуры) японских туристов:

- Высокая мотивация к познанию других культур, искренний интерес к образу жизни в других странах;
- Стремление к загородным поездкам;
- высокий уровень интереса к зарубежным поездкам;
- относительно высокий интерес к посещению охраняемых природных территорий.

Все это делает японцев достаточно благоприятной целевой группой для посещения российских охраняемых природных территорий.

### *Американцы*

(по материалам, предоставленным Aaltje van Zoelen,  
Inter-Regional Association of Independent Tour Operators of the Far East)

В отличие от японцев, американские туристы – это прежде всего группа индивидуалов с весьма различными представлениями о том, что для них наиболее интересно. Поэтому важно быть все время наготове предоставить им возможность выбора. Планируйте тур для американской группы таким образом, чтобы в основных местах их пребывания находилось несколько интересных территорий или объектов, которые участники тура могли бы посетить самостоятельно, если их не очень интересует мероприятие, запланированное по программе. Не беспокойтесь, если сразу после прибытия на место туристы разбредутся в разных направлениях – расскажите им сразу, какие возможны в данном месте варианты, и сообщите о точном времени и месте сбора. Например: «Мы остановимся в таком-то месте и совершим 45-минутную экскурсию. Если Вы желаете, вместо экскурсии Вы можете прогуляться в окрестностях, но, пожалуйста, вернитесь в назначенное место встречи ровно в 20.00...»

Находясь в путешествии, американцы, как правило, очень ценят время, и в отведенные временные рамки стремятся «втиснуть» как можно больше впечатлений. Поэтому американские туроператоры рекомендуют сокращать время пребывания в музеях и другие «организованные» виды деятельности. Предоставьте американским гостям как можно больше подробной и точной информации в печатном виде, и пусть они действуют сами.

Во время экскурсий всю информацию следует «подавать маленькими порциями», т. е. в наиболее ярком и концентрированном виде – это способствует лучшему восприятию. В противном случае внимание туристов быстро начнет рассеиваться. В то же время тем участникам туристической группы, которые заинтересовались данной темой, нужно предоставить возможность обратиться к Вам с вопросами.

Нередко американцы спокойно относятся к изменениям в программе, если они соответствуют основной идее тура. Однако, как уже говорилось, им необходимо, чтобы у каждой экскурсии были альтернативы. Будьте готовы предложить им что-либо сверх программы.

В работе гида с американцами важна персональная связь. Они с удовольствием воспринимают информацию о Вас самих, о Вашем образовании, Вашей семье, Ваших интересах. Интерес и внимание к экскурсиям значительно возрастают, если между вами устанавливаются более личные и доверительные отношения.

Американцев, приезжающих в Россию, очень интересуют различия между нашими странами, – особенно условия жизни и жизненный уклад в России. Рассказать об этом – прекрасная возможность найти ключ к взаимопониманию, лучше узнать друг друга.

Обычно американцы щедры и любят давать «чаевые», выражая таким образом свою благодарность и признательность – не надо обижаться на них и думать, что это вас унижает.

Тех клиентов, которые выбирают путешествия в заповедники или интересуются специализированными турами, как правило, не очень смущает недостаточное совершенство инфраструктуры. Если, тем не менее, это их беспокоит, необходимо объяснить, что именно благодаря отсутствию туристической инфраструктуры данные территории и сохранили свою природную красоту и первозданность.

### ***Посетители из Западной Европы***

(по материалам, предоставленным Aaltje van Zoelen)

Европейцы обычно располагают большим временем для путешествий, нежели американцы и японцы – у них более долгие отпуска (однако во многих случаях отпуск дробится на несколько периодов, поэтому продолжительность тура не превышает двух недель). При этом они предпочитают включать в программу тура меньше различных территорий, тем самым увеличивая время пребывания на каждой из них (особенно это касается участников высокоспециализированных познавательных туров). Интересы их более многообразны, нежели у американцев, и они стремятся больше узнать об истории и культуре посещаемого края. Европейцы, как правило, менее щедры, нежели американцы, и не склонны тратить на сувениры и на само путешествие столько же, сколько японцы. Они чаще торгуются и в выборе тура стремятся найти для себя более выгодные условия.

В европейских странах законодательство в области туризма весьма строгое. Соответственно любая информация, указанная в программе тура, автоматически становится в представлении туриста из Европы частью контракта, за несоблюдение которой он вправе требовать обратно часть оплаты. Европейцы значительно менее, чем американцы, лояльны к изменениям в утвержденной программе тура. Поэтому очень важно, чтобы вся предоставленная им информация была точной и соответствовала действительности.

При утверждении программы тура организаторам его обязательно надо оговорить в письменном виде, что они не несут ответственности за изменения программы, произошедшие вследствие стихийных бедствий, общегосударственных изменений в экономической ситуации и вообще любых других обстоятельств, находящихся вне их непосредственного контроля.

Немцы и голландцы обычно более пунктуальны и более сдержанны в восприятии и общении. Англичане больше ориентированы на общение и более открыты изменениям и социальным событиям, легче адаптируются к непривычным обстоятельствам.

Неофициальный статус «чемпионов мира по путешествиям» носят немцы. Они значительно менее, чем американцы, требовательны к качеству проживания и транспорта и в целом более «адаптированы» к природной среде.

## **4.16. Мониторинг экологического и социального воздействия экотуризма и управление им. Правила поведения для туристов и туроператоров**

В идеале в задачи менеджмента туризма входит предотвращение негативных воздействий еще до того, как они произойдут. Соответственно, одним из основных компонентов стратегии развития экотуризма является система постоянного мониторинга и контроля экологического и социального воздействия туристической деятельности, а также управления им (в случае необходимости, модификация и усовершенствование этой системы).

## *Рекреационный мониторинг*

(по материалам АГТГУ – уточнить авторство)

Независимо от целей и задач прохождения маршрута, обязательно и постоянно происходит взаимодействие человека и природы, которое характеризуется определенной нагрузкой активного туриста на пассивную природную среду. Известно, что в результате регулярной чрезмерной нагрузки возможно изменение или даже отмирание некоторых элементов ландшафта: обмеление ручьев и малых рек, усыхание леса в результате вытаптывания, уплотнение и загрязнение почвы и т. п.

В качестве наиболее значимых воздействий на окружающую природную среду можно считать: движение на маршруте, остановки и стоянки туристов, разведение и поддержание костра.

Подробнее эти вопросы рассматриваются в главе 2.4.

Обязательным условием развития экотуризма является проведение мониторинга территории. Мониторинг позволяет определить моменты срочного вмешательства для устранения последствий рекреационной нагрузки.

Само по себе определение допустимых рекреационных нагрузок при развитии туристско-экскурсионной деятельности в природном парке или другой территории, в комплексе с системой мероприятий по поддержанию фактической нагрузки на допустимом уровне, еще не гарантируют сохранения богатства и красоты природы. Дело в том, что помимо различных факторов организационного и психологического (поведенческого) характера, которые играют большую роль в сохранении биологического и ландшафтного разнообразия, существует необходимость корректировки самих допустимых норм. Причем делать это следует ежегодно, желательно после окончания рекреационного периода. Основанием для уменьшения или увеличения нормативных величин должны служить результаты мониторинговых исследований на маршрутах и стоянках, отражающие состояние окружающей их природы, а также конкретная ситуация в парке.

Мониторинговые наблюдения на рекреационных территориях могут проводиться с часовой, суточной, декадной, месячной, сезонной и иной внутригодовой периодичностью. Выбор периодичности зависит от специфики параметров, характеристик наблюдаемых объектов и явлений, а также доступности объекта. При этом для одних параметров устанавливается строго определенная периодичность, а для других она может варьировать в зависимости от конкретной цели исследования. Так, например, изменение уплотненности почвы на туристской стоянке целесообразно измерять с периодичностью не менее двух раз в год: перед началом ее интенсивного рекреационного использования и в период максимальной нагрузки. В то же время определение посещаемости какого-либо объекта или ключевого участка в зависимости от цели исследования можно проводить с часовой периодичностью (определение ее динамики в течение светового дня) или декадной (определение начала и конца рекреационного сезона).

Для мониторинга экологических троп рекомендуется проводить периодические наблюдения не реже трех раз за сезон: до начала туристского сезона, во время пиковых нагрузок и сразу после окончания сезона.

Различают несколько видов мониторинговых исследований, основными из которых для наших целей можно считать следующие:

- мониторинг биологического и ландшафтного разнообразия территории как основы ее познавательно-рекреационной ценности;
- мониторинг культурно-исторических объектов, составляющих неотъемлемую часть природно-рекреационного потенциала территории;
- мониторинг отдельных природных ресурсов (биологических, геологических и других) как основы функционирования определенных направлений туристской деятельности (например, наблюдения за дикими животными).

При этом если объектом мониторинга всегда служат природные или природно-культурные комплексы или их отдельные компоненты, то предметом исследования является воздействие на них либо учреждений отдыха и туризма, либо самих рекреантов. В некоторых случаях эти два

типа воздействия накладываются одно на другое. Различия между ними проявляются как в характере и масштабе воздействия, так и в методах его изучения.

Так, например, в природном парке «Волго-Ахтубинская пойма» воздействие учреждений отдыха и туризма на окружающую их природную среду в большей степени зависит от соблюдения ими природоохранных норм и правил, заложенных в проекте «Схема организации рекреации природного парка «Волго-Ахтубинская пойма»». В связи с этим основным методом мониторинга в этом случае является сравнительная характеристика проектных и фактических показателей состояния и размещения объектов туризма и рекреации, а также использования ими природных ресурсов.

Основной метод проведения мониторинговых исследований, связанных с воздействием рекреантов, - периодические наблюдения на ключевых участках. Таковыми могут стать пробная или контрольная площадь, стоянка туристов, экскурсионный маршрут и т. п. Причем проводить наблюдения следует не реже трех раз в сезон: до начала эксплуатации, в период пиковых значений нагрузки и после окончания сезона.

В программу мониторинга на ключевых участках должен входить комплекс мероприятий по слежению за состоянием основных компонентов природного комплекса, которое косвенно отражает последствия пребывания туристов и отдыхающих на данной территории. Примерами такого влияния могут быть:

- почво-грунты: вытаптывание (уплотнение почвы, уменьшение ее влагопроницаемости), развитие эрозионных процессов (концентрация стока воды, размыв участков тропы, образование промоин, расширение полотна тропы);

- водные объекты: загрязнение воды (изменение ее физико-химических свойств, снижение прозрачности, изменение характеристик донных отложений (накопление мусора, заиливание водоема и т.д.);

- растительность: обеднение флоры (по видовому разнообразию, по количеству экземпляров каждого вида), занос сорных видов, механическое повреждение деревьев и кустарников и т. д.;

- животный мир: обеднение фауны (по видовому разнообразию по количеству экземпляров каждого вида), появление синантропных видов.

Мониторинг экологической тропы заключается в слежении за состоянием основных компонентов природного комплекса в зоне влияния тропы:

- эрозионные процессы (концентрация стока воды, размыв участков тропы, образование промоин, расширение полотна тропы и т. д.);

- обеднение флоры (по видовому разнообразию, по количеству экземпляров каждого вида, занос сорных деревьев, механическое повреждение деревьев и кустарников и т.д.);

- обеднение фауны (во всей зоне шумового и зрительного влияния по обе стороны тропы);

- появление прямых следов пребывания человека (мусор, новые кострища, надписи на камнях и коре деревьев и т. д.).

Помимо этого у рекреационного мониторинга есть ряд специфических задач:

- слежение за территорией в целом с целью выявления прямых последствий воздействия человека: замусоривание, появление несанкционированных кострищ, надписей на камнях, стволах деревьев и т. д.;

- слежение за состоянием объектов информационного (указатели и стенды) и природоохранного благоустройства (укрепленное полотно тропы, деревянные настилы, мостики, стационарные кострища и другие малые архитектурные формы). При этом в задачу рекреационного мониторинга входит не анализ содержания или качества таких объектов, а именно оценка их состояния.

Дополнительно к производству собственных наблюдений и использованию данных сторонних организаций, необходимо анкетирование туристов. Результатом такого анкетирования может быть не только сбор сведений по удаленным рекреационным объектам, но и выявление отношения туристов к последствиям антропогенного воздействия. Как показывает практика, такое отношение не всегда бывает однозначным. Так, например, появление некоторых сорных трав



(иван-чая, васильков, одуванчиков и других) некоторыми туристами воспринимается негативно (они отмечают то, что эти растения не свойственны исходному фитоценозу), а другими, – наоборот, положительно («оживление» пейзажа и придание ему новых красок).

В задачи анкетирования может входить также выяснение отношения туристов к применяемым ограничениям и общему режиму использования территории. Здесь разброс мнений туристов может быть еще шире: от безоговорочной поддержки принятых правил посещения до их резкого неприятия. Анкетирование желательнее проводить дважды: до посещения экскурсионного маршрута и сразу после него, с теми же вопросами, но с некоторыми изменениями их формулировки. Дело в том, что после прохождения маршрута некоторые ответы на сходные вопросы могут оказаться диаметрально противоположными. Такой прием позволяет не только собрать конкретную информацию по состоянию маршрута, но и разработать новые планировочные решения с использованием мнения самих посетителей.

На основании результатов мониторинга в конце каждого туристского сезона отдельно по каждому маршруту администрацией данной территории принимаются управленческие решения. Они могут быть как оперативного характера, так и долгосрочного. В любом случае перечень управленческих решений должен включать:

- регулирование, то есть снижение, стабилизацию или повышение допустимой нагрузки; корректировку распределения нагрузки по сезонам или месяцам в течение года;
- уточнение сроков рекреационного сезона;
- корректировку планов строительства новых рекреационных объектов или расширения существующих;
- проведение дополнительных мероприятий по благоустройству тропы;
- уточнение необходимости повышения уровня информационного и природоохранного благоустройства рекреационных объектов;
- планирование мероприятий по профилактике или устранению нарушений, ликвидации негативных последствий туристско-рекреационной деятельности, улучшению санитарного состояния территории, воспроизводству природных ресурсов и т. д.;
- внесение изменений в программу туристско-экскурсионной деятельности (полное или частичное изменение маршрута, включение новых объектов осмотра или исключение прежних по причине их особой уязвимости и т. д.);
- усовершенствование методов и повышение роли эколого-воспитательной работы с туристами, посещающими данную территорию в целом и данный маршрут, в частности.

Если же по данным мониторинговых исследований становится ясным, что изменения экосистем под воздействием рекреации входят в противоречие, а затем и вовсе становятся несовместимыми с задачами сохранения природы, следует внести коренные изменения в систему управления туристско-рекреационной деятельностью в данном районе.

Что касается учреждений туризма и рекреации, то на основании результатов мониторинга проводится их разделение на три основные группы:

1. Объекты туризма и рекреации, осуществляющие свою деятельность в соответствии с проектными данными, соблюдением норм допустимой нагрузки и правил использования природных рекреационных ресурсов (так называемый зеленый список);
2. Объекты туризма и рекреации, осуществляющие свою деятельность с частичным нарушением проектных данных, норм допустимой нагрузки и правил использования природных рекреационных ресурсов (желтый список);
3. Объекты туризма и рекреации, осуществляющие свою деятельность с грубым нарушением проектных данных, норм допустимой нагрузки и правил пользования природными рекреационными ресурсами (красный список).

По второй и третьей группе объектов специально уполномоченными органами должны быть приняты меры административного реагирования, вплоть до приостановки или полного прекращения их деятельности.

В качестве методики определения изменений в природном комплексе можно использовать методику пределов допустимых изменений (ПДИ), апробированную в Прибайкальском национальном парке.

В методике пределов (ПДИ) в качестве основной выдвигается не сама проблема предотвращения природных изменений, причиной которых является человек, а, скорее, задача определения некоторого допустимого количества изменений, а также необходимость своевременного принятия некоторых управленческих решений. В рамках системы ПДИ достаточно строго определяются численные значения таких изменений с использованием существующих или формулируемых в процессе анализа нормативов, определяются необходимые управленческие мероприятия для предотвращения дальнейших изменений, предлагается процедура мониторинга и новая структура управления.

Таким образом, в процессе применения методики ПДИ рассматриваются следствия рекреационного и туристского воздействия. Методика ПДИ требует от пользователей определения желаемого состояния природы и планирования действий для его достижения или поддержания. Следует отметить, что кроме рекреации на состоянии природы территории сказываются последствия, например, борьбы с пожарами, выпаса скота, и т. д.

Индикаторами изменений могут стать:

- число свалок твердых отходов (определяется в течение сезона);
- число мест органических отходов (определяется в течение сезона);
- нарушенность почвенного покрова (в конце сезона);
- нарушенность кустарников и деревьев (в пик сезона);
- количество новых троп и дорог (в конце сезона);
- эрозия в районе смотровых площадок и мест установки палаток (в конце сезона).

Позже можно добавить число гнездовых редких или обычных птиц, редких растений и т. д. С этими наблюдениями легко могут справиться инспектора парка и школьники.

По результатам наблюдений в конце сезона можно провести анализ и по результатам анализа принять решения как о необходимости проведения мероприятий по ликвидации негативных последствий, так и управленческих решений.

### *Этапы управления туризмом*

(по Strasdas, 2002, Eagles/Bowman/Гао 2001, с изменениями):

1. Выявление основных проблем территории на данном этапе (например, недостаточность доходов от туризма, чрезмерное количество туристов на определенных участках территории, нарушение естественного поведения животных и т. д.).

2. Определение и описание задач менеджмента (например, повышение дохода от туризма, снижение экологического ущерба).

3. Выбор индикаторов состояния ресурсов и социальных условий (например, качество воды, репродукция ключевых видов растений или животных, степень удовлетворенности посетителей своим туром).

4. Оценка текущего состояния ресурсов и социальных условий (для этого необходимо иметь результаты специальных исследований и базу данных о посетителях ООПТ).

5. Продумывание мероприятий, которые могли бы способствовать решению поставленных задач (например, рассеивание потока посетителей или его концентрация на менее чувствительных участках территории, повышение взносов за посещение территории в целях сокращения потока посетителей или привлечения других категорий туристов).

6. Оценка каждого из этих мероприятий и окончательный выбор.

7. Выполнение мероприятий и оценка их эффекта (сравнивая индикаторы в данный момент и прежде).

Улучшить ситуацию с туризмом можно различными путями. Например, посредством:

- увеличения или уменьшения количества туристов,

- изменения места и времени их пребывания
- изменения видов их деятельности
- улучшения предлагаемых условий и услуг,
- усиления охраны природных ресурсов,
- расширения преимуществ, получаемых от туризма ООПТ и местным населением.

Для того, чтобы туризм на ООПТ и сопредельных территориях развивался эффективно и без ущерба для окружающей среды, помимо применения соответствующих технологий, необходимы также три дополнительных условия (Strasdas, 2002):

А) Наличие у администрации ООПТ достаточной информации (включая базы данных) о местных природных ресурсах и видах их использования в туризме.

Б) Наличие у администрации ООПТ ресурсов (персонала, финансов, авторитета и т. д.), достаточных для того, чтобы применять и совершенствовать технологии управления туризмом.

В) Сотрудничество со стороны посетителей и турбизнеса, их согласие следовать установленным правилам и не нарушать их.

Все эти условия одинаково важны для того, чтобы обеспечить соблюдение в туристической деятельности природоохранных стандартов.

Как отмечает Цебаллос-Ласкурейн (Ceballos-Lascurain, 1993), успешный менеджмент охраняемой территории невозможен, если в нем не присутствует социальная ориентация. Следует также принимать во внимание общерегиональный контекст и стремиться интегрировать задачи охраняемой территории с задачами региона, в котором она находится: при таком подходе более вероятно, что менеджмент будет оказывать положительное воздействие как на местные социально-экономические, так и на экологические условия.

Природоохранный менеджмент должен учитывать различные целевые группы и компоненты туристической деятельности:

Компонент туризма	Целевая группа	Средства управления
Деятельность туристов	Туристы	Управление потоком посетителей, зонирование
Туристическая инфраструктура	Администрация парка или частные концессионеры	Зонирование, технологии охраны окружающей среды и использования инфраструктуры, присвоение экологических торговых марок и знаков
Услуги	Туроператоры, гиды, водители	Правила поведения, экологические торговые марки и знаки

### **Основные способы управления туризмом на ООПТ**

*(no Strasdas, 2002; Ceballos-Lascurain, 1996, перевод Е. Ю. Ледовских)*

#### **Зонирование территории**

Ключевым компонентом управления охраняемыми территориями (прежде всего, это относится к национальным паркам) является зонирование. Оно основано на том, что разные части охраняемых территорий, особенно крупных, обычно имеют различное природоохранное значение и/или могут выдержать различную степень использования. Туристическое зонирование основано на подобном принципе, плюс к этому оно может определять различные типы рекреации – от общения с первозданной природой в одиночку или небольшими группами до экскурсий в более многолюдных местах. Туристическое зонирование должно соответствовать общей системе зонирования охраняемой территории. При этом, в зависимости от специфики конкретных ООПТ, оно может быть достаточно разнообразным. Некоторые национальные парки отдельные специфические участки используют для развития массового (крупномасштабного) туризма, в других ограничиваются приемом единичных групп с минимальным воздействием на окружающую среду,

и полностью запрещают любую туристическую деятельность на определенных изолированных или исключительно уязвимых территориях.

Зоны должны выделяться в соответствии с: а) природными и культурными ценностями охраняемой территории, б) рекреационной емкостью различных участков, и в) особо уязвимыми экосистемами.

Зоны показывают, где может, а где не может происходить физическое развитие туризма.

В пределах охраняемых территорий обычно выделяют следующие типы зон:

– *Зоны строгой охраны* (высоко уязвимые экосистемы), где запрещаются любые виды туристического использования и исключается присутствие туристов.

– *Зоны ограниченного использования* (чувствительные экосистемы в естественном состоянии, иногда их называют «зонами дикой природы»), куда вход туристам разрешается, но только в небольших количествах, пешком и в сопровождении гида; инфраструктура отсутствует, за исключением примитивных троп.

– *Зоны с умеренным режимом использования туристами* (умеренно чувствительные экосистемы), где посетители могут заниматься различными видами деятельности, совместимыми с природной (и/или культурной) средой. Эти зоны могут иметь ограниченное количество объектов туристической инфраструктуры, главным образом эколого-познавательного характера (оборудованные экотропы, наблюдательные платформы и примитивные костровища в отдельных местах), созданных по принципу минимального воздействия на окружающую среду, и должны содержать образцы для знакомства с наиболее важными ресурсами парка. Допускается умеренное количество посетителей.

– *Зоны интенсивного использования* (менее чувствительные экосистемы): уплотненные поверхности и усовершенствованная инфраструктура, включая дороги, комфортабельные тропы, наблюдательные вышки и места для отдыха; высокое количество посетителей. Прилегают к зонам инфраструктуры.

– *Зоны инфраструктуры* (менее чувствительные экосистемы) – территории ограниченного размера, в которых сосредоточены основные объекты инфраструктуры как для туризма, так и для управления ОПТ и научных исследований – здания, комплекс услуг, места парковки и управляющий персонал. Находятся на периферии или вне парка, отдалены от зон «дикой природы» или зон, где запрещается туристическое использование.

– *Зоны спортивной рыбалки*. Спортивная рыбалка с получением специальных лицензий может разрешаться в некоторых из зон, упомянутых выше (исключая зоны, где запрещаются любые формы использования).

Подобные стратегии зонирования могут быть использованы для того, чтобы концентрировать потоки туристов в определенных участках ОПТ и содействовать более рассредоточенному их распределению в других. Таким образом, наиболее сильное воздействие туризма будет сконцентрировано на участках, обладающих более высокой способностью к восстановлению, а уязвимые экосистемы будут возможно строго охранять. Передвижения туристов, как пешие, так и на автотранспорте, могут быть ограничены дорогами, площадками для парковки, тропами и другими специально сооруженными объектами, и, таким образом, будет сдерживаться их воздействие.

Для каждой зоны необходимо тщательно определить допустимые нагрузки.

В некоторых случаях, чтобы избежать заметного ущерба экосистемам (восстановление которых может быть очень сложным или невозможным), необходимо запретить определенные типы туристического развития. Прежде всего, на ООПТ недопустимы крупномасштабное развитие инфраструктуры типа курортов, а также виды рекреации, требующие существенной модификации ландшафта (например, создание площадок для гольфа, горнолыжных трасс и др.) и применения моторизованных транспортных средств (вездеходы).

Необходимо продумать, смогут ли природная среда и вспомогательные услуги обеспечить прием большего количества посетителей, чем изначально запланировано, и какие усовершенствования потребуются, чтобы избежать превышения допустимых емкостей природной и культурной среды.

**2. Управление потоком посетителей** имеет своей целью предотвращение или решение проблем двух типов:

- 1) превышение рекреационной емкости данной территории (количественный аспект);
- 2) неадекватное поведение посетителей (качественный аспект).

В целях регулирования **количества** посетителей, помимо его арифметического сокращения, возможны еще два способа управления:

1. Концентрация посетителей в местах с более высокой рекреационной емкостью.
2. Распределение потока посетителей по менее используемым территориям или более равномерное распределение по сезонам.

Однако во многих случаях экологическое воздействие зависит не столько от количества туристов, сколько от их поведения. Поэтому иногда даже более важно влиять на поведение посетителей, нежели управлять количеством туристов. Такого влияния можно достичь, применяя либо «мягкие», либо «жесткие» меры. Последние основаны на принуждении (например, взимание штрафов за неправильное поведение), тогда как первые опираются на понимание и добровольное сотрудничество со стороны посетителей. Другие типы «мягкого» управления используют естественное желание большинства людей избегать вещей, неприятных для них (например, ходьбы на длинные дистанции по неблагоустроенным тропам) и их тяготение к более комфортным условиям (например, использование благоустроенных мест стоянки, специально оборудованных площадок или вышек для обзора и наблюдения). Умело планируя инфраструктуру, можно направить посетителей, которые могут об этом и не догадываться, в сторону от чувствительных участков в менее проблематичные.

Обычно охраняемые территории используют следующие меры по управлению потоком посетителей:

#### Численность посетителей

##### *А) «Жесткие» меры*

- Ограничение размера групп
- Введение специальной платы за посещение определенных участков или троп
- Закрытие некоторых троп или территорий для посещения в определенные сезоны (например, в период размножения птиц) или в определенные часы в течение дня.

Очень важно информировать посетителей о причинах, вызвавших подобные меры, и предложить им альтернативы. Если возможно, эта информация должна быть доступна посетителям еще до их приезда, чтобы они могли заранее спланировать свое пребывание на ООПТ. При этом персонал ООПТ должен иметь возможность контролировать те места, доступ посетителей в которые ограничивается.

##### *Б) «Мягкие» меры*

- Ограничение количества посетителей или их перераспределение по территории посредством увеличения **платы** за посещение либо ООПТ в целом в течение всего года, либо некоторых участков в определенные сезоны. Тем самым стимулируется посещение ООПТ в «низкий сезон» и посещение менее переполненных участков.

#### Поведение посетителей

##### *А) «Жесткие» меры*

- Введение обязательных правил, регулирующих пребывание посетителей на ООПТ (где четко формулируется, что следует, и чего не следует делать), и доведение их до сведения туристов
- Присутствие сотрудников ООПТ в «ключевых» местах туристических зон в целях контроля поведения посетителей, когда это необходимо
- Обязательное перемещение туристов по ООПТ в сопровождении гида (в целях обеспечения также, с одной стороны, безопасности посетителей, а с другой – дохода для местного населения)

Обычно рекомендуется использование «мягких» мер. И только в тех случаях, когда этого явно недостаточно, можно рассмотреть возможность их «ужесточения».

#### *Б) «Мягкие» меры*

– Основное «орудие» управления поведением посетителей – их информирование и экологическое образование. Обычно туристы принимают правила поведения на ООПТ значительно охотней, если им объясняют, чем вызвано введение тех или иных правил и почему некоторые вещи не разрешаются. Подробнее правила поведения для посетителей рассматриваются в следующей главе.

– Создание системы экологического образования посетителей. Выставки, аудио-визуальные материалы, информационные стенды и витрины, экологические тропы, пешие и лодочные экскурсии под руководством гидов закладывают основу для знакомства посетителей с ООПТ и помогают утверждению адекватного поведения туристов. Все эти ресурсы следует организовать таким образом, чтобы они составили именно хорошо продуманную, целостную систему. Схема их воздействия должна быть динамичной и гибкой, допускающей возможность последующих изменений и усовершенствований.

– Места входа в ООПТ и визит-центры являются ключевыми пунктами, где экологическая информация доводится до посетителей, но одновременно ее следует продублировать в отдельных местах на территории парка (избегая при этом чрезмерной навязчивости!).

– Можно рекомендовать посетителям сопровождение гида в целях наибольшего познавательного эффекта. Оно может быть даже включено в стоимость посещения ООПТ, не будучи при этом обязательным.

– Места парковки должны размещаться далеко от чувствительных участков территории с тем, чтобы увеличить расстояние пешего хода до них и тем самым препятствовать их посещению.

– Те места, куда желательно направить туристов, надо сделать привлекательными посредством оборудования комфортных экотроп, наблюдательных вышек и мест отдыха. По контрасту, нежелательные для посещения места можно сделать непривлекательными, оставляя тропы нерасчищенными или используя естественные «барьеры» (поваленные деревья на тропах, плавучие стволы в водоемах и др.).

Еще один важнейший аспект минимизации негативных эффектов туризма в национальных парках – управление потоком транспорта. Следует максимально избегать использования моторизованных транспортных средств. Самый лучший способ общения с природой – перемещаясь пешком или на каноэ (байдарках, катамаранах). В случаях, когда расстояние до охраняемой территории велико и использование транспортных средств неизбежно, можно рекомендовать использование коллективного транспорта (например, организацию специальных заказных автобусных рейсов).

### **3. Реализация программ обучения персонала**

Участниками этих программ могут быть различные сотрудники ОПТ, местные гиды и туроператоры, сотрудничающие с ООПТ.

### **4. Регулирование деятельности частного сектора**

Подобное регулирование подразумевает контроль за экологическим воздействием инфраструктуры туризма (хижины, гостиницы, площадки для кемпингов, рестораны, магазины и др.), а также за деятельностью тех, кто предоставляет услуги в сфере туризма (туроператоры, гиды, водители и др.).

### **Создание или адаптация объектов инфраструктуры для туризма**

Если таких объектов не существует, может возникнуть необходимость их спроектировать и построить – предпочтительнее на периферийных участках ООПТ (или, в случае зданий для

проживания и питания, – за пределами границ ООПТ). Особенно важно создание эколого-просветительских центров. Иногда для целей туризма могут быть адаптированы уже существующие здания.

Как и в случае управления потоком посетителей, дизайн и функционирование инфраструктуры и услуг в сфере туризма должны быть основаны на тщательном менеджмент-плане с обязательным учетом зонирования: размещение объектов туристической инфраструктуры должно быть ограничено специально отведенными для этого зонами, что позволит предотвратить особенно сильный ущерб окружающей среде. Однако, для экологической устойчивости этого недостаточно. Необходимо введение руководств или регулирующих процедур относительно:

- точного выбора мест для размещения объектов инфраструктуры;
- дизайна объектов инфраструктуры и методов строительства
- функционирования объектов инфраструктуры (включая связанные с этим услуги и деятельность посетителей).

Для того, чтобы гарантировать «экологически дружественное» функционирование объектов туристической инфраструктуры и предоставляемых туристам услуг, охраняемые территории могут выдавать специальные лицензии и концессии, исходя из своей оценки экологического качества деятельности заявителей. Заключаемые между руководством ООПТ и частным сектором соглашения должны предусматривать возможность пересмотра или отказа в лицензии или концессии в случае выявления нарушений природоохранных правил.

При разработке дизайна и эксплуатации хижин, кордонов и других объектов, в числе прочих, следует соблюдать следующие правила:

- Не допускать их сооружение на уязвимых участках территории или в местах, где можно потревожить животных. Во время строительства необходимо не нарушать окружающий ландшафт и избегать шума;

- Используемые для строительства материалы и архитектурный стиль должны гармонировать с окружающим ландшафтом;

- При строительстве, насколько это возможно, использовать местные природные материалы, но при этом крайне важно, чтобы они заготавливались на основе экологически устойчивых технологий;

- Минимизировать потребление энергии (например, используя естественную вентиляцию, избегая неоправданного использования электроприборов – телевизоров, мини-баров в гостевых комнатах) и всемерно, где только возможно, применять возобновимые источники энергии (солнце, ветер, вода);

- Снижать потребление воды (например, устанавливая специальные приспособления для экономии воды), а также внедрять системы очистки сточных вод;

- Сокращать количество мусора (например, посредством применения повторно используемых емкостей для пищи, избегания ненужных упаковочных материалов) и, насколько возможно, подвергать его переработке. Различные виды мусора надо разделять;

- Избегать использования токсичных материалов (например, красок) и адекватно хранить вредные отходы (горюче-смазочные материалы и др.);

- Для озеленения использовать местные виды растений;

- Избегать увеличения потребности в воде и использования пестицидов.

Рекомендуется разработать также *руководства по экологичности действий для туроператоров* и других участников туристической деятельности (см. главу 4.11. о работе с туроператорами). За рубежом, в целях более эффективной оценки поставщиков туристических услуг (гостиниц, туроператоров и т.д.) и содействия компаниям, деятельность которых экологически дружественна, популярен метод использования *экологических торговых знаков и марок*, а также *добровольной сертификации* (глава 2.6). При этом системы присвоения экологических знаков и сертификации должны основываться как на экологических, так и на социальных аспектах развития экотуризма и управления им.

## **5. Установление партнерских отношений, введение структуры расценок и другие механизмы самофинансирования**

Администрация ООПТ должна составить с местными властями, местными сообществами и различными предпринимателями в области туризма, которые ведут (или хотели бы вести) деятельность на территории ООПТ, *рабочие соглашения*. В зарубежной практике особенно эффективным орудием менеджмента и механизмом самофинансирования является заключение с частными предпринимателями или фирмами, обеспечивающими обслуживание посетителей, *договоров концессии*. Такие договора включают выдачу разрешений (патентов) на оказание посетителям национального парка услуг по питанию, проживанию и транспортному обслуживанию, предоставление гидов и экскурсоводов, продажу тех или иных товаров. Дополнительные условия на сдачу концессий могут налагать правительства, с целью решения дополнительных задач, – например, увеличения занятости местного населения или продаж товаров местного производства. В некоторых национальных парках их администрация налагает концессионные взносы на коммерческие радио-, телевизионные и телефонные компании, которые желают установить и оперировать ретрансляционными станциями на территории парка.

Подробнее вопросы взаимодействия с туроператорами рассматриваются в главе 4.11.

Разработанный для охраняемой территории план управления туризмом нельзя считать окончательным - приобретаемые опыт и знания заставляют переосмысливать многие вопросы, а также проявляют некоторые ошибки планирования. Поэтому процедура управления должна подразумевать возможность постоянной обратной связи по основным вопросам.

***Разработка правил поведения в природе для туристов и туроператоров***  
(S. Blangy, Megan Epler Wood, 1993, с изменениями. Перевод Е. Ю. Ледовских, комментарии В. П. Чижовой)

Существует немало методов смягчения или предотвращения нежелательных последствий посещения туристами охраняемых природных территорий. Некоторые из них требуют существенных затрат времени и ресурсов. Однако, один из самых эффективных методов, способных предотвратить подчас невосполнимый ущерб, весьма прост и экономичен. Заключается он в предварительном распространении среди посетителей правил поведения, разработанных специально в целях охраны уязвимых природных территорий и культурных объектов. Особенно остро необходимость в широком распространении подобных правил ощущается у нас в стране. Заметим: обычно посетители природных территорий с благодарностью воспринимают информацию о том, как им следует вести себя. Это свидетельствует о том, что значительная часть ущерба наносится ими не по злому умыслу, а именно по причине недостатка сведений и недопониманию реального положения вещей. Следовательно, если бы туроператоры всегда заранее информировали клиентов о правильном поведении, это позволило бы избегать многих негативных эффектов.

В идеале свой свод правил для посетителей дикой природы должна иметь каждая охраняемая территория. Тем не менее, как у нас в стране, так и за рубежом, во многих случаях недооценивается значение этого момента и тем самым ситуация пускается на самотек.

### ***Виды правил***

Руководства по поведению посетителей могут предназначаться различным категориям людей, так или иначе связанных с охраняемыми территориями. Перечислим основные из них.

1. Руководства для посетителей должны содержать как общие для всех посетителей правила, так и те правила, которые адресованы различным категориям туристов. Для каждой конкретной категории посетителей характерны различные интересы, а следовательно для них требуется



информация различного уровня и типа. Соответственно их содержание и стиль могут варьироваться. Так, туристов, приезжающих в национальный парк на один день или на несколько часов и останавливающихся в гостинице, никак не касаются, к примеру, правила утилизации мусора и отходов на отдаленных кордонах. Сотрудникам ООПТ, разрабатывающим правила для посетителей, необходимо уметь ориентироваться в специфике различных целевых групп, например, таких:

Посетители в составе организованных тургрупп	Туристы-водники, любители ныряния с маской, подводного плавания
«Неорганизованные» посетители выходного дня	«Охотники за сувенирами»
Участники самостоятельных турпоходов с ночлегами в палатках	Орнитологи-любители (birdwatchers)
Ученые	Велосипедисты
Собиратели коллекций	Любители путешествий на внедорожных автомобилях
Фотографы-любители	Лыжники
Профессиональные фотографы и кинооператоры	Любители поездок на снегоходах

2. Руководства для туроператоров, которые организуют путешествия в дикую природу, должны содержать инструкции о том, как они должны и как не должны действовать, чтобы внести свой вклад в:

- повышение уровня общественного сознания в вопросах охраны природы;
- обеспечение экономической базы для охраны природных территорий и для развития местных сообществ;
- ориентирование туристов на тактичное и заинтересованное отношение к местной культуре;
- минимизацию негативных воздействий туризма на окружающую среду.

3. Очень полезна разработка специальных правил «экологичного ведения бизнеса» для организаций, занимающихся обслуживанием посетителей (концессионеры, гостиницы и другие средства размещения, транспортные предприятия и др.). Здесь инициатива должна принадлежать прежде всего специалистам охраняемых территорий.

4. Отдельную группу представляют правила для профессионалов, деятельность которых связана с информированием посетителей (гидов, работников сферы гостеприимства, информационных киосков, магазинов и др.).

На базе общих правил поведения могут разрабатываться детальные инструкции, обязательные для исполнения.

### ***Рекомендации по разработке правил***

Составлять правила следует в содружестве с различными организациями (сторонами), принимающими участие в туристической деятельности и/или испытывающими влияние туризма. Это позволит сделать правила более комплексными. Вначале определяются общие, основополагающие установки. Затем при более детальной проработке находит отражение специфика конкретной ситуации каждой отдельной охраняемой территории.

В создании эффективной системы правил могут и должны принимать участие следующие **стороны/организации**:

Местные сообщества могут оказать самую большую помощь в разработке принципов и правил, связанных с местными обычаями и традиционным образом жизни. Для специалистов охраняемых территорий разработка правил совместно с местными жителями – один из важных и эффективных компонентов вовлечения местного населения в экотуристическую деятельность и налаживания сотрудничества с ним. Это также поможет подготовить самих местных жителей к встрече с различными типами поведения туристов, а значит и предотвратить возможные противоречия или конфликты.

Коммерческие предприятия – внутренние и международные туроператоры, частные природные парки, гостиницы, транспортные компании, авиалинии, продавцы туристского снаряжения. Имеются успешные примеры их совместной работы с неправительственными природоохранными организациями по созданию правил поведения.

Менеджеры охраняемых территорий. Оптимально, когда подготовка правил, специфических для данного района, осуществляется силами менеджеров охраняемых территорий в сотрудничестве с туроператорами. Во многих случаях туроператоры из Америки и Западной Европы, заинтересованные в наиболее эффективном ведении бизнеса, охотно помогают своим партнерам на местах в разработке правил поведения для своих туристов.

Некоммерческие природоохранные организации могут проявить инициативу и разработать правила для уязвимых природных территорий, как это было сделано Ассоциацией Tsuli Tsuli/Audubon в Коста-Рике. Или же они могут привнести свой опыт в процесс кооперативной работы с туроператорами и менеджерами охраняемых территорий.

Специалисты в области интерпретации природы (например, гиды-экскурсоводы) могут совместно с операторами разрабатывать стандарты экотуризма. Так, например, коммерческими операторами и гидами был совместно разработан Кодекс правил поведения туристов на островах Королевы Шарлотты в Британской Колумбии (Канада). Гиды ежедневно общаются с посетителями, они могут быть источником наиболее достоверной информации на всех стадиях разработки правил, обеспечивая полезную базовую информацию об условиях данного района, опасных зонах, местах, где необходима особая забота об охране редких видов и т.д.

До недавнего времени очень немногие охраняемые территории и местные сообщества развивающихся стран имели собственный налаженный выпуск необходимой информации для путешественников. Руководства для туристов разрабатывались преимущественно организациями стран Западной Европы и США – то есть стран, отправляющих туристов. Многие наиболее известные в мире правила разработаны государственными и национальными агентствами США. Создают свои правила и многие фирмы-операторы экотуров, особенно в связи с их отсутствием в тех развивающихся странах, где они проводят путешествия. Но в любом случае, создание адекватных и эффективных правил невозможно без участия местных организаций.

### ***Методика разработки правил***

При разработке правил поведения рекомендуется следующий порядок действия:

- Определите, на какую целевую группу вы ориентируетесь («массовые» посетители, туроператоры, организованные группы туристов и т. д.);
- определите главную тему или лейтмотив руководства (например, охрана окружающей среды, внимательное отношение к культурным ценностям и др.);
- проконсультируйтесь с гидами туристических групп на ключевых территориях;
- проконсультируйтесь с учеными, специализирующимися на изучении воздействия туризма на природу;
- организуйте рабочую группу по разработке правил, привлечите к участию местных жителей, менеджеров природных и иных ресурсов, гидов, операторов коммерческого туризма, владельцев гостиниц, обслуживающий персонал; используйте в качестве модели правила, созданные для других территорий;
- сформулируйте главные цели руководства, определите пути оценки и контроля за их достижением (например, снижение уровня беспокойства диких животных посетителями или уменьшение эрозии троп);
- разработайте проект документа и разошлите его участникам рабочей группы и другим специалистам соответствующего профиля для оценки;
- продумайте, в каком виде вы будете распространять разработанные правила (доски объявлений, листовки, брошюры, плакаты, непосредственное изложение гидами-экскурсоводами).

## **Содержание правил**

Разрабатывая правила поведения, желательно по возможности максимально отразить следующие моменты:

### Экологические аспекты

- утилизация мусора и отходов;
- заготовка дров и альтернативные источники топлива;
- размещение палаточных лагерей;
- места для костров;
- поведение на экологических тропах, на автомобильных и водных маршрутах;
- охрана редких видов;
- расстояния для наблюдения и фотографирования диких животных;
- наблюдение и фотографирование животных;
- кормление животных;
- ограничения по входу на территорию с домашними животными;
- охрана запаса чистой воды;
- минимизация уровней шума от кемпингов, транспортных средств, радио;
- визуальное влияние одних посетителей на других;
- размеры групп;
- сбор растений, раковин, минералов и других объектов, ловля насекомых;
- приобретение сувениров из объектов живой природы;
- международные правила торговли объектами живой природы.

### Социальные аспекты (лучше всего их разрабатывать силами местных сообществ)

- уважение к местным обычаям и традициям;
- религиозные верования и церемонии местного населения;
- необходимость получения разрешения местных жителей на фотографирование;
- одежда;
- язык;
- уединение;
- реакция на попрошайничество;
- необходимость сдерживать обещания;
- использование технических средств;
- обмен и купля-продажа;
- права коренного населения;
- роль женщин в местном сообществе;
- местные официальные лица;
- места, куда доступ посторонних нежелателен,
- алкогольные напитки;
- курение;
- чаевые.

### Экономические аспекты

- уровень жизни местного населения;
- главные виды экономической деятельности в районе и крае;
- местная продукция (и стимулирование ее приобретения);
- местные услуги;
- местные проекты.

### ***Некоторые советы по стилю написания руководств для посетителей***

- Тексты должны быть краткими.
- Не оставляйте правила без объяснений: чем нагляднее, тем лучше. Объясните, чем они продиктованы, используйте примеры, цифры и рисунки для иллюстрации последствий.

- Придерживайтесь позитивного стиля, подчеркивайте преимущества следования этим правилам; избегайте «запретительного» языка. Стимулируйте ответственное поведение.
- Желательно перевести руководства для посетителей на несколько языков.
- Используйте местных издателей и редакторов; желательно печатать руководства на бумаге, произведенной из макулатуры.
- Руководства должны содержать советы о том, где и как можно наблюдать диких животных (не беспокоя их), рекомендации по безопасности, контакты и источники дальнейшей информации (например, полевые определители видов животных). Они могут содержать и просьбы о благотворительных пожертвованиях.
- Необходимо четко обозначить название, адрес и контактные координаты организации, подготовившей эти руководства.

В качестве примера в приложении 7 приведены несколько наиболее известных зарубежных руководств для туристов и туроператоров, а также Свод правил поведения для посетителей российских охраняемых территорий, подготовленный старшим научным сотрудником географического факультета МГУ В.П. Чижовой.

### ***Распространение правил***

В идеале правила должны быть отпечатаны в виде листовок для раздачи посетителям.

Помимо непосредственного вручения правил поведения туристам при посещении ими охраняемых территорий, имеется немало дополнительных возможностей их распространения.

Правила для посетителей можно и нужно включать в туристические путеводители и справочники, карты пешеходных маршрутов и автодорог, рекламные брошюры, литературу, которой туроператоры снабжают своих клиентов перед отъездом. К распространению правил можно привлекать авиаперсонал при перелетах, распространять их через гостиницы, пансионаты и кемпинги, пункты вызова такси, станции проката туристского снаряжения, рестораны, сувенирные лавки.

Правила «работают» наиболее эффективно, если, в дополнение к их распространению в напечатанном виде, перед выходом на маршрут организуется своего рода брифинг, на котором приводятся примеры влияния туристов на окружающую среду, и сотрудники ООПТ отвечают на вопросы посетителей.

Желательно также в дополнение к раздаче брошюр продемонстрировать видеofilm.

Хотя печать руководства для посетителей обычно не требует больших расходов, тем не менее обычно необходимо проявить некоторую изобретательность и гибкость в поиске финансирования для этой цели. Оказать финансовое содействие могут ассоциации операторов гостиниц и турагентств, неправительственные организации. Еще один вариант – предложить спонсорам отвести некоторое место для их рекламы. В некоторых случаях листовки с информацией можно продавать непосредственно туристам, объясняя, что доходы будут направлены на охрану и управление данной ООПТ.

Крайне важно также наладить обратную связь с посетителями охраняемых территорий, чтобы **оценить эффективность** составленных руководств. Хорошим механизмом обратной связи может быть тиражирование вместе с правилами анкет для посетителей, которые могут впоследствии собирать сотрудники парка или гиды, сопровождающие группу. Можно установить на выходе из ООПТ специальные урны для сбора анкет. Об эффективности руководств можно судить также с помощью оценки уровня влияния туристов на ключевые (или наиболее уязвимые) компоненты экосистем.

## **4.17. Практические рекомендации по развитию зеленого сельского туризма**

*Н. Н. Волкова*

### **Рекомендации для администрации ООПТ**

Для того, чтобы проекты по развитию экотуризма увенчались успехом, местные жители должны стать их равноправными участниками (подробнее эти вопросы рассматриваются в главе 4.12). Важно, чтобы между администрацией ООПТ, местными жителями, органами власти и частным сектором существовали отношения сотрудничества.

Развитие агротуризма – хороший способ привлечь местное население к экотуристической деятельности. В большинстве случаев для этого необходимо:

- Усовершенствовать нормативно-правовую базу и создать безусловные преимущества для тех местных жителей, которые активно сотрудничают с администрацией и развивают агротуризм.

- Создать фонд микрокредитования частных предпринимателей.

- Создать при ООПТ информационный центр, владеющий данными о возможностях приема туристов, ценах, услугах гостевых домов. Это позволит оперативно решать вопросы расселения посетителей при росте туристического потока. В туристическом отделе необходимо выделить специалиста по работе с местным населением и продвижению оказываемых им услуг.

- Разработать стратегию маркетинга и продвижения услуг гостевых домов на рынок, включая размещение информации в Интернете, рекламную кампанию, публикации в СМИ, организацию ярмарок, народных гуляний и т.п.

- Обеспечить координацию действий между администрацией региона, ООПТ, частными предпринимателями и местными жителями.

- Провести обучающие семинары и тренинги для местных жителей, обеспечить оказание юридической и правовой помощи.

Список вопросов, которые можно рассмотреть на семинарах и тренингах по туризму:

- страхование для владельцев бизнеса;
- работа с национальными парками и другими госучреждениями;
- навыки управления финансами;
- написание бизнес-плана;
- разработка Интернет-сайта;
- навыки общения;
- услуги для посетителей;
- навыки управления и подготовки персонала;
- бухучет и налоги;
- развитие бизнес-ассоциации;
- работа с местными и региональными туристическими агентствами.

### **Рекомендации для местных жителей, которые хотят начать свое дело в агротуризме**

#### *Создание своего предприятия*

Для организации гостиничного бизнеса Вы можете выбрать форму работы в качестве индивидуального предпринимателя либо в качестве физического лица. Согласно Гражданскому кодексу РФ владельцы жилья в нашей стране вправе распоряжаться им по своему усмотрению, в т. ч. сдавать внаем. Поэтому можно создать свой гостевой дом, оставаясь физическим лицом. В этом случае следует уведомить свою налоговую инспекцию, что Вы начинаете этот вид деятельности. В течение года необходимо вести книгу учета гостей и сумм, оплаченных ими, а в начале сле-

дующего года представить налоговой инспекции декларацию о доходах и оплатить подоходный налог. Заявление в налоговую инспекцию, книга учета гостей и декларация будут являться подтверждением Вашей легальной работы.

Для того, чтобы заняться агротуризмом, особенно имея свой дом в деревне, требуется совсем немного вложений. Для этого нужны идея, решимость, небольшой объем первоначальных инвестиций и желание трудиться.

Для начала нужно определить, действительно ли агротуризм является для Вас подходящим видом деятельности. Затем необходимо определить цели, оценить свои ресурсы и разработать бизнес-план.

#### *Оценка Вашего потенциала как предпринимателя*

Правильное планирование и анализ существенно увеличат Ваши шансы на успех. Хорошо, если у Вас имеется опыт посещения чужого хозяйства, например, в качестве туриста, проживавшего в гостевом доме. Это дает представление о том, что требуется для обеспечения хорошего обслуживания (некоторые советы по обустройству жилья и организации питания гостей приводятся ниже). До инвестирования в агротуризм важно проанализировать свой потенциал и возможные ресурсы в качестве принимающей стороны. Для этого необходимо ответить на следующие вопросы:

- Любит ли моя семья встречаться с различными людьми?
- Нравится ли мне развлекать посторонних?
- Готов ли я на некоторое вмешательство в мою жизнь?
- Могу ли я быть всегда веселым и полезным для моих гостей?
- Могу ли я всегда гарантировать аккуратность и чистоту гостевых объектов?

В случае положительных ответов на эти вопросы можно говорить о пригодности Ваших персональных качеств для занятия агротуризмом. Если на часть вопросов получен отрицательный ответ, необходимо тщательно взвесить свои возможности ведения этого бизнеса.

Прежде чем начать свое дело в агротуризме, нужно оценить Ваши потенциальные издержки и выгоды от него. Ниже приводится список возможных преимуществ и недостатков, который может быть дополнен и другими пунктами.

Возможные преимущества:

- диверсификация и укрепление источников дохода;
- развитие межличностных и коммуникативных навыков;
- возможность постепенного наращивания масштаба бизнеса;
- выход на перспективный рынок;
- относительно небольшие затраты.

Возможные недостатки:

- для поддержания бизнеса могут потребоваться дополнительные деньги и время;
- некоторые члены семьи могут быть настроены негативно;
- дополнительные риски, связанные с тем, что дом будут посещать разные люди;
- развитие туристических продуктов и услуг представляет собой долгосрочный процесс.

Бизнес цели и задачи

Начиная свое дело в агротуризме, необходимо хотя бы в общих чертах представлять, каких результатов Вы хотели бы достичь. Например, получить дополнительный доход от имеющихся свободных площадей в доме; организовать пруд и развести рыб для того, чтобы иметь возможность предлагать туристам услуги по рыбалке; организовать ферму для того, чтобы показывать туристам процесс варки сыра. Если новые цели и задачи не противоречат тем, которые Вы наметили ранее по развитию своего хозяйства, это будет лишним аргументом в пользу агротуризма. Если туризм не вписывается в Ваши текущие цели и задачи, можно либо пересмотреть свои цели, либо рассмотреть различные альтернативные варианты.

### *Оценка ресурсов*

На этом этапе следует оценить, какие продукты, услуги и ресурсы можно будет предложить и какие затраты (финансовые, материальные, человеческие и природные ресурсы) на это потребуются. Необходимо ответить на следующие вопросы:

- Какие основные продукты или услуги может предложить агропредприятие?
- Будут ли они привлекательны для посетителей? Если нет, то, что можно сделать, чтобы сделать их привлекательными? Как можно повышать их привлекательность в дальнейшем?
- Какие прочие товары или услуги можно добавить в дополнение основным?
- Какие еще ресурсы могут привлечь туристов?
- Есть ли в регионе другие хозяйства, заинтересованные в партнерских отношениях и в том, чтобы их продукция была представлена на этом предприятии?
- Какие дополнительные ресурсы необходимы, чтобы начать агротуризм? Потребуется ли дополнительные трудозатраты, и какие первоначальные финансовые инвестиции необходимы?

Следует определиться, позволяет ли деревенский дом предоставлять проживание на длительный период или только на выходные дни. Современный потребитель услуг агротуризма - горожанин – привык к комфорту и бытовым удобствам, поэтому для сдачи на длительный период больше всего подходит дом, максимально приближенный к городской квартире, с водопроводом и канализацией.

Дом с более скромными условиями больше подойдет для аренды на выходные дни. В этом случае его можно позиционировать как место проведения праздников или семейных торжеств. При этом он должен быть достаточно вместительным.

Большим плюсом для развития агротуризма является наличие рядом с домом леса или водоема. Горожане с удовольствием будут ходить за грибами и на рыбалку. Хорошо, если на такой случай будут приготовлены снасти для сдачи напрокат. Отличным способом пополнить свой бюджет может стать и прокат велосипедов, лодок и другого инвентаря для отдыха.

Затраты на открытие дела - наиболее существенный момент, о котором стоит задуматься ДО, а не ПОСЛЕ того, как уже начаты работы. Ведь, если по каким-то причинам потребуется от него отказаться, затраченные средства, скорее всего, не вернуться.

### *Бизнес-план<sup>1</sup>*

Ответы на вышеприведенные вопросы позволят разработать бизнес-план развития агротуристического предприятия. Без него невозможно рассчитать необходимое количество средств для начала бизнеса, а уж тем более для его продолжения. Разработке бизнес-плана посвящена глава 4.9.

Напомним, что бизнес-план должен включать следующие разделы:

- Описание бизнеса
- Цели и задачи
- Внутренние ресурсы
- Анализ рынка
- Маркетинг-план
- Оперативный план
- Организация и управление
- Финансовый план

В принципе, если Вы не собираетесь брать кредит в банке, можно рассчитывать не все разделы канонического бизнес-плана, а ограничиться основными. На сайте <http://www.businessproekt.ru/> можно бесплатно в интерактивном режиме рассчитать свой собственный бизнес-план, там же приведены рекомендации по его составлению.

Методические рекомендации «Как составить бизнес-план при открытии собственного дела» можно найти и на сайте <http://www.bishelp.ru/>.

---

<sup>1</sup> При разработке раздела частично использовались материалы с сайта. <http://www.bishelp.ru/>

### *Определение финансовых потребностей*

При желании начать собственное дело, необходимо выяснить собственное финансовое положение. Определив свои текущие доходы и расходы, можно лучше спрогнозировать собственные финансовые потребности на ближайшие несколько месяцев.

Для большинства малых предприятий характерен временной промежуток между датой их открытия и моментом, когда получена первая прибыль. В среднем рекомендуется иметь полугодовой запас накоплений для поддержки бизнеса на начальном этапе.

Прежде чем принимать какие-либо решения относительно открытия собственного бизнеса, следует разработать помесичный план экономии и расходов. Это поможет выяснить, какая сумма денег требуется в месяц на проживание. Кроме того, этот план подскажет, не помешает ли намерение открыть собственный бизнес другим потребностям.

Для создания плана экономии и расходов действуют следующим образом:

– Прежде всего, необходимо определить и записать фиксированные расходы на каждый месяц следующего года. К фиксированным расходам относятся страхование, выплаты за дом, автомобили и другое недвижимое имущество, оплата коммунальных услуг, сбережения, и т. д.

– После того, как определены фиксированные расходы на каждый месяц, они суммируются с фиксированными расходами на год.

– Далее определяются нефиксированные расходы помесично на весь следующий год. Здесь можно принять решение о конкретной сумме расхода по той или иной статье, поскольку она не является обязательной. При расчете расходов по статьям учитывается, сколько было потрачено по ней в предыдущем периоде, а также какие изменения можно произвести. К нефиксированным расходам относятся суммы, выделяемые на питание, одежду, средства личной гигиены, развлечения, транспорт (бензин) и т. д.

– После того, как определены нефиксированные расходы на каждый месяц, они суммируются с нефиксированными расходами на год.

– Полученные суммарные фиксированные и суммарные нефиксированные расходы за каждый месяц вычитаются из ожидаемых ежемесячных доходов и годового дохода.

Можно использовать данный список экономии и расходов, чтобы определять ежемесячную потребность в наличных. Также можно воспользоваться списком для того, чтобы узнать, что произойдет, если в следующем году доходы или расходы изменятся.

Если после изучения таблицы доходов и расходов выясняется, что для открытия своего бизнеса не хватает денег, можно попробовать поискать альтернативные источники финансирования. Свыше 75% владельцев малых предприятий привлекают для начала свои личные сбережения. Однако если требуемая сумма превышает все сбережения, необходимо будет задействовать другие источники – банковские займы, средства членов семьи, партнеров, друзей, компании рискового капитала, заложенное имущество, правительственные займы.

Для относительно крупных проектов можно попробовать привлечь инвестора. Базу инвестиционных проектов и инвесторов можно найти на сайте <http://www.allinvestrus.com/>. Размещение описания инвестиционного проекта в базе данных “Все инвестиции России” бесплатно. После размещения проект становится доступным для тысяч потенциальных инвесторов по всему миру. Существует Клуб инвесторов - <http://www.investclub.ru/>, через который можно осуществить поиск по базе инвесторов и инвестиций, а также бесплатно разместить описание своего проекта.

Необходимо посмотреть все кредитные программы банков своего региона и выбрать наиболее подходящую. Остается только доказать банку, что вы достойны получить кредит и сможете его отдать. В этом помогает хорошо продуманный бизнес-план.

Для ряда проектов в области агротуризма возможно получение грантов или субсидий от различных государственных или общественных организаций. Информация о конкурсах также доступна в Интернете. Не стоит пренебрегать ничем, но при этом следовать такому правилу: никогда не занимать денег больше, чем это необходимо для открытия дела.



Кроме этого, Вам потребуется знание местного законодательства, чтобы избежать возможных проблем с налоговой инспекцией и милицией в случае возникновения споров с гостями. Затем следует наметить программу продвижения своего продукта, которая может включать объявления в городской газете, сведения на Интернет-портале города или любые другие средства массовой информации. Более подробно вопросы маркетинга рассмотрены в главе 4.14.

### *Рекомендации по приему туристов в семьях местных жителей*

Цель рекомендаций – помочь избежать очевидных ошибок, которые иногда возникают при организации приема посетителей. Два самых главных условия размещения – **чистота и гостеприимство**. В доме, где планируется разместить туристов, может быть очень скромная обстановка, средние или даже низкие бытовые условия, вплоть до туалета на улице или отсутствия душа, но чистота и искреннее гостеприимство всегда помогают создать благоприятное впечатление и о местных жителях, и о местах их проживания.

Два следующих не менее важных правила: **пища должна быть вкусной и все должно быть вовремя**. Имея немалый опыт в проведении туров, авторы пособия со всей уверенностью подтверждают, что хорошие условия размещения и качественное вкусное питание сглаживают многие неблагоприятные факторы.

#### Условия проживания

1. Для гостей обязательно выделяется одна или две отдельные комнаты. В каждой комнате желательно размещать не более двух человек. При этом комната на двух человек не должна быть слишком маленькой.

2. Из гостевой комнаты необходимо убрать все лишнее. В одноместной комнате оставить только одну кровать, тумбочку или столик, стул, можно небольшой пустой шкафчик для вещей (одежды). При размещении на одну ночь шкафчик не обязателен.

3. В двухместной комнате – две кровати, две тумбочки (или два столика), два стула, один шкафчик для одежды (не менее трех вешалок, лучше – четыре).

4. Кровати не должны быть с прогнутыми пружинными сетками (это очень важно). Как общее правило, полужесткие матрасы всегда предпочтительнее мягких матрасов и прогибающихся сеток.

5. В комнате желательно обеспечить ночник (ночную настольную или настенную лампу) или другой источник приглушенного света, а также электророзетки.

6. Необходима мусорная корзина (лучше с крышкой и обязательно с мусорным мешком внутри), стоящая где-нибудь за дверью, в неприметном месте. Мешок нужно менять ежедневно.

7. Желательно, чтобы комната была максимально изолирована от других помещений дома (плотно пригнанная дверь, изнутри должна быть задвижка или что-нибудь подобное).

8. Обязательно должны быть чистые занавески на окнах – тонкие и плотные или только плотные.

9. Гостевую комнату следует убирать ежедневно – в часы, когда гостей нет дома. При этом все вещи должны оставаться на тех местах, куда их положил хозяин. Исключение составляет только уборка кровати: если на ней ничего не лежит, кровать желательно застелить так, как она была застелена первоначально, до приезда гостей. Под уборкой подразумевается: мытье пола, протирка поверхностей от пыли, освобождение корзины от мусора. Если в комнате есть грязная посуда с вашей кухни (чайная чашка и т. п.), ее следует вымыть. Если это личная посуда вашего гостя – лучше не трогать.

10. Если в комнате перед приездом гостей стояли живые цветы, нужно следить, чтобы они не увядали и своевременно заменять их на свежие.

11. То же касается любых скатертей, покрывал и т. п. Если таковые есть, нужно следить, чтобы они были чистыми. Если на них появились пятна, нужно немедленно заменить.

12. Постельное белье должно быть чистым и без явных следов починки, лучше глаженое. Необходимо дать каждому гостю не менее двух полотенец: маленькое и большое. Лучше, если полотенце будет три и соответствующих размеров: маленькое лицевое, большое банное и одно промежуточного размера. Если гостей несколько и есть такая возможность, лучше, если у каждого гостя полотенца будут разных цветов: это покажет продуманность их размещения, заботу хозяев о своих гостях.

13. Подушки должны быть небольшими. Основа подушки лучше не перьевая. Оптимальные подушки – небольшие крупяные или синтетические. Если подушки очень старые, перьевые, но небольшие, можно попробовать надеть на каждую по два плотных наперника, и только потом – наволочку. Возможно, этого будет достаточно.

14. Крахмалить белье не нужно; лучше просто выстирать и погладить.

15. Комната должна проветриваться (форточка или открывающееся окно). В летний сезон форточка должна быть затянута противомоскитной сеткой. Другой вариант: в каждой комнате положить на видное место фумигатор и пластины к нему.

Ванная комната (душ) и туалет:

1. Ежедневно должна проводиться самая тщательная уборка этих помещений (включая чистку унитаза, мытье раковины, ванны или пола душевой кабины).

2. В ванной комнате должно быть место, куда гости могут класть свои туалетные принадлежности и вешать полотенца.

3. Нужно следить за тем, чтобы полотенца в ванной успевали просыхать. Если в ванной слишком сыро и полотенца не успевают просыхать до следующего принятия душа, лучше заменить влажные полотенца на свежие.

4. Лучше положить каждому туристу свой небольшой кусочек мыла (запечатанный). Другие туалетные принадлежности не обязательны, но вы можете положить также два-три пакетика с одноразовым шампунем, одну или две новые запечатанные зубные щетки, новый тюбик пасты, одноразовую бритву – на случай, если кто-то из гостей что-то забыл. Скажите им, что всем этим можно пользоваться (если это не очевидно).

5. Желательно убрать из ванной и туалета все лишнее.

6. Обязательно наличие туалетной бумаги.

7. В туалете желателен освежитель воздуха (не слишком едкий).

Если туалет располагается на улице (деревянная уборная), два раза в день необходимо:

– промывать поверхность туалета;

– засыпать внутреннюю часть (саму выгребную яму) небольшим количеством опилок или подобных материалов. Вместо опилок можно использовать свежую траву, мох и т. п.

Необходимо также следить, чтобы была туалетная бумага и чтобы дверь легко закрывалась изнутри на задвижку.

Дорожка к туалету должна быть проходимой в любую погоду.

Если для умывания используются рукомойники, нужно следить, чтобы в них всегда было достаточно воды.

### **Организация питания**

Обычно в гостевых домах предлагается завтрак, который включен в стоимость проживания. Если гость останавливается больше, чем на ночь, хозяин может предложить ему пансион (обед и ужин) или полупансион (только обед или только ужин). Ключевые моменты организации питания:

1. Пища должна подаваться вовремя.

2. Процесс ее приготовления не должен вызывать у гостей отрицательных эмоций. Например, не стоит жарить лук вечером или тереть чеснок в присутствии гостей. Некоторые из них могут относиться к этому спокойно, но лучше не экспериментировать. Оптимально, если все блюда готовятся заранее, до прибытия гостей в дом (за исключением «безобидных» блюд: овсяной каши и т. п.).

3. Все продукты должны быть очень свежие.

4. Овощи должны быть тщательно вымыты. Если подаете фрукты, после мытья желательно сполоснуть их кипяченой водой.

5. Не нужно использовать (или свести к минимуму использование) нерафинированное подсолнечное масло (им можно только, например, слегка заправить квашеную капусту).

6. Ни в коем случае и ни в какие блюда нельзя класть майонез! Салат лучше или заправлять рафинированным подсолнечным маслом, или не заправлять вообще. Можно вместо салата выложить на одну большую тарелку свежие овощи (нарезанные крупными ломтиками).

7. Сметану в блюда класть не следует. Нужно поставить ее рядом в персональной розетке для каждого гостя.

8. Избегать приготовления очень жирных блюд (особенно на ужин) с избытком перца, свежего чеснока и других специй.

9. На столе обязательно должна стоять минеральная негазированная вода или просто кипяченая охлажденная вода в графине или кувшине. Нужно обратить внимание гостей, где находится вода, если это не очевидно (если, например, кувшин непрозрачный).

10. Посуда должна быть очень чистая (с обеих сторон) и не отбитая, без трещин.

11. К блинам, мясу и подобным блюдам обязательно подается нож. Также нож подается всегда, когда предполагается что-то намазывать (масло, икру и т. п.) – в этом случае также подается нож для каждого гостя, а не один на весь стол.

12. На столе всегда должны быть соль, салфетки.

13. Одноразовая посуда не должна использоваться там, где в этом нет очевидной необходимости, т.е. в нормальных домашних условиях.

#### *Сервировка для завтрака*

Чашка, блюдце, чайная ложечка, стакан с соком, тарелка для каши, ложка, салфетки, розетки (если подается сметана, варенье или мед – персональная розетка для каждого гостя). Очень хорошо, если дается также хлопчатобумажная салфетка. Она должна лежать в сложенном виде на пустой тарелке, в которую потом будет накладываться каша. Гость во время еды положит салфетку на колени, чтобы не запачкать одежду. Скатерть совсем не обязательна, но если она есть, на ней не должно быть пятен. Поэтому лучше использовать клеенку или пластиковые салфетки, которые подаются для каждого гостя и на них ставятся приборы для завтрака.

#### *Примечания*

1. Вы вполне можете оставить гостей в столовой одних – после того, как положили им кашу в тарелки и показали, где находится чайник с кипятком. Но время от времени наведывайтесь к ним и смотрите, все ли идет, как следует. Можно оставить кастрюлю с кашей на столе и предложить гостям самим добавлять кашу.

2. В пределах видимости гостей должна всегда быть кипяченая или негазированная минеральная вода – кувшин и стаканы.

3. Подавать спиртные напитки гостям совершенно не обязательно. Если вы хотите угостить спиртным, сделайте это ненавязчиво. Уместно подать спиртное на ужин или обед в последний день перед отъездом гостей – в качестве проявления гостеприимства и подарка от хозяина. Можно также подать спиртное к конкретному блюду (красное вино под шашлык и т. п.). Остальное вам подскажет такт и чувство меры.

#### *Сервировка для обеда/ужина*

Чайная пара, т.е. чашка, блюдце и ложечка (ужин – чайная пара стоит у каждого гостя на столе, обед – стоит несколько чашек, кофе, сахар, чай, чайник с кипятком на подносе в сторонке, можно даже на другом столе), пустой стакан для воды, кувшин с водой, в обед – тарелка с салатом (персональная у каждого гостя), тарелка для первого, подтарельник (тарелка для второго), ложка, вилка, салфетки, розетки (если подается сметана, персональная розетка для каждого гостя).

### **3. Безопасность гостей.**

Когда гости находятся в доме, хозяин отвечает за их безопасность и сохранность их имущества. Необходимо позаботиться о том, чтобы в комнатах гостей изнутри на окнах и дверях были задвижки.

Если вы считаете, что прогулка вечером по вашему населенному пункту небезопасна для ваших гостей, обязательно предупредите их об этом.

Если в вашем доме горячая вода подается из бойлера, а не из сети центрального отопления (т.е. из крана льется кипяток), предупредите своих гостей об этом.

И, пожалуйста, помните, что на самом деле все не так страшно, хотя эти рекомендации и занимают столько страниц. Побольше гостеприимства – и все будет хорошо. Удачи вам!

## Литература

Бейкер Кристофер П. и др. Энциклопедия окружающего мира. Вокруг света. – М.: Белый город, 1998.

Бизнес-план развития экотуризма в национальном парке «Водлозерский». Управление лесными ресурсами на северо-западе России: Карельский проект FDRUS9507. – Петрозаводск, 1999.

Бринчук М.М. Экологическое право. – М.: Юрист, 2002

Воронов Б.А., Шлотгауэр, С.Д., Сапаев, В.М., Махинов, А.Н. Разработка и описание экотуристических маршрутов: методические рекомендации. Межрегиональная Ассоциация Независимых Туроператоров Дальнего Востока и Институт водных и экологических проблем ДВО РАН // Альманах туристических технологий. – 2000. – № 1.

Дроздов А.В. Основы экологического туризма. – М.: Гардарики, 2005.

Дроздов А.В. Как развивать туризм в национальных парках России. Рекомендации по выявлению, оценке и продвижению на рынок туристских ресурсов и туристского продукта национальных парков. – М.: ЭкоЦентр «Заповедники», 2000.

Дроздов А.В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма'99. Перспективы развития туризма в южном Подмоскowie: сборник докладов и тезисов сообщений научно-практической конференции, апрель 1999 г. – М., 1999.

Дроздов А.В. Выявление, оценка и использование туристских ресурсов России: современная ситуация, проблемы и пути их решения (в соавторстве) // Актуальные проблемы туризма: сборник научных трудов Российской международной академии туризма. – М., 1997, вып. 1.

Иглс П., МакКул С., Хайнс К. Устойчивый туризм на охраняемых природных территориях. Руководство по планированию и управлению. – М.; Смоленск: Маджента, 2006.

Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002.

Исмаев Д.К. Маркетинг иностранного туризма в РФ. Теория и практика деятельности туристских фирм: учебное пособие. – М.: Луч, 1998.

Калихман А.Д., Калихман Т.П., Хидекель В.В. Тропы природных территорий у Байкала. – Иркутск, 2005.

Калихман А.Д., Педерсен А.Д., Савенкова Т.П., Сукнев А.Я. Методика «пределов допустимых изменений» на Байкале – участке Всемирного наследия ЮНЕСКО. – Иркутск: Оттиск, 1999.

Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2006.

Ледовских Е.Ю., Моралева Н.В., Дроздов А.В. Экотуризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. – Тула: Гриф и Ко, 2002.

Моралева Н.В., Ледовских Е.Ю., Келер Т., Киричевский Д.В., Рубцова М.Ю., Чижова В.П. Аборигенный экотуризм. Методическое пособие // Серия: Библиотека коренных народов Севера, вып. 13. – М.: ЦС КМНС, 2008.

Моралева Н.В., Ледовских Е.Ю. Опыт развития экологического туризма на российских охраняемых территориях. – В.: Сила тяготения, 2000. – № 3.

Никулин А.Е., Сербжинский, Д.А. Методические рекомендации по организации экологических маршрутов. Межрегиональная Ассоциация независимых туроператоров Дальнего Востока // Альманах туристических технологий. – 2000. – № 2.

Панов И.Н. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территорий // Вестник Московского университета, Сер. 5: География. – 1998. – № 6.

Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 1999.

Сергеева Т.К. Экологический туризм. – М.: Финансы и статистика, 2004.

Тропа в гармонии с природой: сборник российского и зарубежного опыта по созданию экологических троп. – М.: Р. Валент, 2007. Прил.: компакт-диск.

- Храбовченко В.В. Экологический туризм: учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003.
- Чижова В.П. Рекреационные ландшафты: устойчивость, нормирование, управление. – Смоленск: Ойкумена, 2011.
- Чижова В.П. Культурно-экологический туризм как средство развития музея-заповедника // Экологические проблемы сохранения исторического и культурного наследия: мат-лы VIII Всерос. конф.: сборник науч. статей. – М.: Ин-т Наследия, 2004. – С. 313–334.
- Чижова В.П. Культурно-экологический туризм и поэзия // Музей-заповедник: экология и культура: Материалы первой научно-практ. конференции: сб. статей. – Вешенская: Музей-зап. М.А. Шолохова, 2004. – С. 66–69.
- Чижова В.П. Программа вузовского курса «Экологический туризм»: единство задач и содержания» // Туризм и устойчивое развитие регионов: мат-лы Второй всерос. науч.-практ. конф. – Тверь: Изд-во Твер. ун-та, 2005. – С. 244–246.
- Чижова В.П. Сохранение горных экосистем при развитии экотуризма (на примере Кавказского биосферного заповедника) // Лесное хозяйство Северного Кавказа: сб. научных трудов. Вып. 25. – Сочи: НИИ горного лесоводства и экологии леса. 2007. – С. 339–349.
- Чижова В.П., Виноградова К.А. Проектирование системы экологических маршрутов в городе (на примере заказника «Воробьевы горы», г. Москва) // География и туризм: сб. науч. трудов. Вып. 5. – Пермь: Перм. ун-т, 2008. – С. 194–211.
- Чижова В.П. Разработка программы рекреационного мониторинга охраняемой природной территории // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Труды междунар. научно-практ. конференции. МГУ, географ. ф-т. 27–28 апр. 2006 г. – М.: Турист, 2006. – С. 392–396.
- Чижова В.П. Туристские ландшафты: устойчивость, нормирование, управление // Российский Журнал Устойчивого Туризма. № 1. – Бийск: Люмаркс, 2011. – С. 3–10.
- Чижова В.П., Добров А.В., Захлебный А.Н. Учебные тропы природы. – М.: Агропромиздат, 1989.
- Чижова В.П., Севостьянова Л.И. Экологический туризм: географический аспект: учебное пособие. – Йошкар-Ола: Марийский гос. техн. университет, 2007.
- Чижова В.П. Учебные тропы природы: методические рекомендации для заповедников и национальных парков. Экоцентр «Заповедники». – М., 1996.
- Чижова В.П. Школа природы. Экологическое образование в охраняемых природных территориях. Экоцентр «Заповедники». – М., 1997.
- Чижова В.П., Прыгунова И.Л. Рекреация и заповедное дело: итоги и перспективы взаимодействия: учебное пособие. – Минск: ДОЛПРИНТ, 2004.
- Экологическое образование в охраняемых природных территориях. Реферативный обзор зарубежных материалов / сост. В.П.Чижова. Экоцентр «Заповедники». – М., 1998.
- Экология человека: учебное пособие. – М.: МНЭПУ, 2001.
- Экопросвещение и экотуризм: опыт и проблемы (сборник материалов). Эколого-просветительский центр «Заповедники». – М., 1999.
- Allcock A., Jones B., Lane S., Grant J. National Ecotourism Strategy. Commonwealth of Australia, Canberra, 1994.
- Ashley C., and Roe D. Enhancing Community Involvement in Wildlife Tourism: Issues and Challenges. IED Wildlife and Development Series, No.11. 1998.
- Boo E. Ecotourism: The Potentials and Pitfalls. Washington, D.C., 1990. Volumes 1,2. World Wide Fund for Nature.
- Boo E. Ecotourism Planning for Protected Areas. In: Ecotourism. A Guide for Planners and Managers. The Ecotourism Society, North Bennington, Vermont, 1993.
- Cater E., Lowman G. (eds). Ecotourism. A sustainable option? John Wiley and Sons Ltd. Chichester, 1994.

- Ceballos-Lascurain H. Integrating Biodiversity into the Tourism Sector: Best Practice Guidelines. Report submitted to UNEP/UNDP/GEF/BPSP, 2001.
- Ceballos-Lascurain H. Tourism, Ecotourism, and Protected Areas. /The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development/. IUCN Publications Services Unit, 1996.
- Ceballos-Lascurain H. Tourism Report I, II to World Wildlife Fund. Ecotourism and Sustainability. – In: Industry and Environment. A publication of the United Nations Environment Programme Division of Technology, Industry and Economics. Volume 24 No. 3-4. 2001.
- Chizhova Vera P. Impacts and Management of Hikers in Kavkazsky State Biosphere Reserve, Russia // Environmental Impacts of Ecotourism. Edited by Ralf Buckley. CABI Publishing, Wallingford, UK. 2004.
- Mikhailov K. Ecotourism in Russia: Altay-Sayan Region. Ecotourism Development Fund “Dersu Uzala”, Moscow, 2001.
- Eckert A., Cremer C. FUTOUR, Tourism and Environment: Questions and Answers. The Council of Europe, Strasbourg, 1997.
- The Ecotourism Society Fact Sheet Collection. North Bennington, USA, 1997.
- Epler Wood M. Ecotourism at a Crossroads: Charting the Way Forward. Final Report. A Summary of Conference Results and Recommendations. Nairobi, Kenya, 1997.
- Epler Wood, M. Meeting the Global Challenge of Community Participation in Ecotourism: Case Studies and Lessons from Ecuador. America Verde Working Papers, Number 2. 1998.
- Filion F., Foley J., Jacquemot A. The Economics of Global Ecotourism. – In: Abstracts of the IV World Congress on National Parks and Protected Areas, 1992.
- Guidelines for Community Based Ecotourism Development. The Tourism Company, Ledbury, UK. WWF International People and Conservation, Gland, Switzerland, 2001.
- Harroun L., Boo E. Avoiding Tourism’s Trap: A Guide to Visitor-Use Management. The World Bank, Washington, D.C., 1996.
- Hornback K., Eagles P. Guidelines for Public Use Measurement and Reporting at Parks and Protected Areas. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, UK, 1999.
- Jonsson P. Handbook for Sustainable Tourism. West Sweden Tourist Board, 2000.
- Kutay K. The New Ethic in Adventure Travel. Buzzworm: The Environmental journal. Summer 1989.
- Laarman J., Durst P. Nature Tourism as a Tool for Economic Development and Conservation of Natural Resources. North Carolina State University, 1991.
- Laughland A., Caudill J. Banking on Nature: The Economic Benefits to Local Communities of National Wildlife Refuge Visitation. Division of Economics, U.S. Fish and Wildlife Service. Washington, D.C., 1997.
- Lindberg K., Hawking D. (eds). Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. Volume 1. The Ecotourism Society, North Bennington, Vermont, 1993.
- Machlis G., Field D. On Interpretation: Sociology for Interpreters of Natural and Cultural History. Corvallis, Oregon, 1984.
- Mastny L. Traveling Light: New Paths for International Tourism. Worldwatch Paper 159, 2001.
- McLaren D. Rethinking Tourism and Ecotravel. The Paving of Paradise and What You Can Do to Stop It. Kumarian Press, 1998.
- Moraleva N., Ledovskikh E. Developing Ecotourism in Russia’s Zapovedniks. In: Russian Conservation News, 2001, Vol. 1.
- Moraleva N., Ledovskikh E., Sheftel B. Ecotourism in Russian Nature Reserves: Possibilities, Problems, Perspectives. - In: Report of the International Expert Workshop “Case Studies on Sustainable Tourism and Biological Diversity”. German Federal Agency for Nature Conservation, 2000.
- Ledovskikh E. Ecotourism: An Opportunity for Sustainable Development. WWF Ecotourism Project: Lessons Learned from the Russian Far East. In: Russian Conservation News, Vol. 17, 1998.
- Norris R. Can Ecotourism Save Natural Areas? National Parks, 1992, 1-2 (66).

Rauschelbach B., Schafer A., Steck, B. Cooperating for Sustainable Tourism. Proceedings of the Forum International at the Reisepavillon 2002. GTZ, Eschborn.

Spergel B. Raising Revenues for Protected Areas. A Menu of Options. Center for Conservation Finance, World Wildlife Fund, Washington, 2001.

Steck B., Strasdas W., Gustedt E. Tourism in Technical Cooperation. A Guide to the Conception, Planning and Implementation of Project-accompanying Measures in Regional Rural Development and Nature Conservation. Eschborn, 1999.

Steck B. Sustainable Tourism as a Development Option. Practical Guide for Local Planners, Developers and Decision Makers. Eschborn, 1999.

Strasdas W. The Ecotourism Training Manual for Protected Area Managers. German Foundation for International Development, Center for Food, Rural Development and the Environment. Zschortau, Germany, 2002.

The German Ecotourism Market. World Tourism Organization. Special Report, Number 10. Madrid, 2001.

Wallace G. Real Ecotourism: Assisting Protected Area Managers and Getting Benefits to Local People. 1992.

Western D. Defining Ecotourism // Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. The Ecotourism Society, North Bennington, Vermont, 1993.

Whelan T. Nature Tourism. Managing for the Environment. Island Press, 1991.

Wight P. North American Ecotourists: Market Profile and Trip Characteristics. Journal of Travel Research, Spring 1996.

Wight P. North American Ecotourism Markets: Motivations, Preferences, and Destinations. 1998.

Ziffer K. Ecotourism: the Uneasy Alliance. Conservation International, Ernst & Young. Washington, DC, 1989.

### **Полезные ссылки**

Международное общество экотуризма (The International Ecotourism Society), США – [www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)

Всемирная туристская организация – [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

Всемирный Совет по туризму и экскурсиям – [www.wttc.org](http://www.wttc.org)

Экоclub (хороший источник сведений и форум для общения) – [www.ecoclub.com](http://www.ecoclub.com)

Европейский центр эко- и агротуризма – [www.eceat.nl](http://www.eceat.nl)

Общество приключенческого туризма (США) – [www.adventuretravel.com/ats](http://www.adventuretravel.com/ats)

Центр экологических путешествий (США) – [www.ecotour.org](http://www.ecotour.org)

Центр экологически ответственных путешествий (Великобритания) – [www.c-e-r-t.org](http://www.c-e-r-t.org)

Ассоциация экотуризма (Россия) – [www.ecotourism-russia.ru](http://www.ecotourism-russia.ru)

Фонд развития экотуризма «Дерсу Узала» (Россия) – [www.ecotours.ru](http://www.ecotours.ru)

Центр экологических путешествий (Россия) – [www.ecotravel.ru](http://www.ecotravel.ru)

Международные принципы развития устойчивого туризма (из документов Конвенции о сохранении биологического разнообразия) – [www.unep/cbd/cop/7/21/part 2](http://www.unep/cbd/cop/7/21/part 2).

Государственное бюджетное учреждение «Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» - <http://volga-poyma.ru/>

Федеральное государственное бюджетное учреждение «Астраханской Ордена Трудового Красного Знамени государственный природный биосферный заповедник» <http://astrakhanzapoved.ru/>

Государственное учреждение Астраханской области «Дирекция для обеспечения функционирования государственного природного заказника «Ильменно-Бугровой» Астраханской области» <http://ib-zakaznik-ru.1gb.ru/>

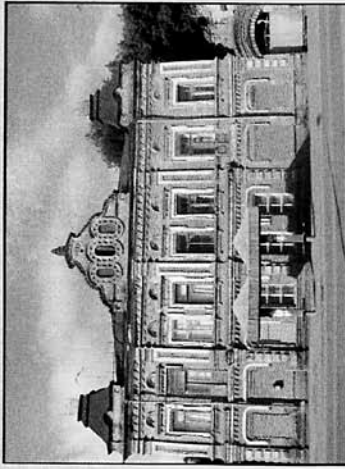
Казенное учреждение Республики Калмыкия «Природный парк» <http://park-rk-ru.1gb.ru/>

# Приложения



**Буклет-путеводитель по маршруту образовательного туризма –  
«Историко-культурное наследие Волго-Ахтубинской поймы»**

ГУ «Природный парк  
«Волго-Ахтубинская пойма»



**Историко-культурное  
наследие  
Волго-Ахтубинской  
поймы**



р.л. Средняя Ахтуба, 2007

**ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ**

Подробную информацию об экологических маршрутах на территории природного парка «Волго-Ахтубинская пойма» Вы можете узнать в информационных визит-центрах природного парка, расположенных по адресу:

404143 р.л. Средняя Ахтуба, ул. Набережная 2а  
404620 г. Ленинск, ул. Ленина, 233

Комитет охраны природы  
Администрации Волгоградской области  
телефон 8(8442)73-16-55

ГУ «Природный парк  
«Волго-Ахтубинская пойма»  
телефон 8 (84479) 5-34-41  
e-mail: vpar@vpost.ru  
www.poyma.ru

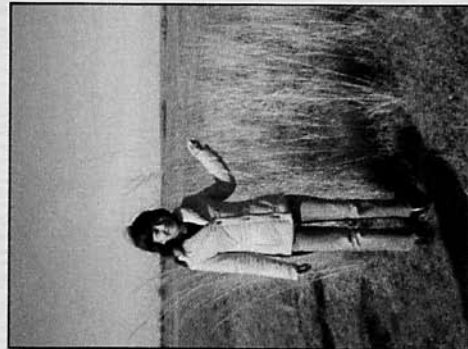
При составлении буклета использованы фото и материалы из архива  
ГУ «Природный парк  
«Волго-Ахтубинская пойма»,  
С. Гарибян, Р. Махмутов.

Ответственная за выпуск:  
О. Богданова, С. Гарибян, И. Литвинова

История Заволжья представляет собой многообразную и уникальную цепь событий со времен владычества скифов и сарматов, хазар и половцев, татаро-монголов и других племен и народов, и до наших дней. В ней отражена как в зеркале многострадальная история нашей неповторимой страны России.

Река Ахтуба левый, наиболее крупный рукав Волги в ее нижнем течении. Сравнительно невелик ее путь: от истока у г.Волжского до впадения в Каспийское море немногим более полутора тысяч километров.

Невелика река, но знаменита. Там, где проходит она, полупустынная зона, иссушенная солнцем и юго-восточными суховеями, по весне и летом радует взор цветущими садами, изумрудной зеленью плантаций, осыпавшихся рощ и перелесков. Вместе с Волгой она образует одну из крупнейших в мире долин. Волго-Ахтубинскую пойму, жемчужину Нижнего Поволжья, где раскинулись сотни озер, ериков и протоков, лесные массивы, благодатные луга, непроходимые камышовые заросли.



## Историко-культурное наследие Волго-Ахтубинской поймы

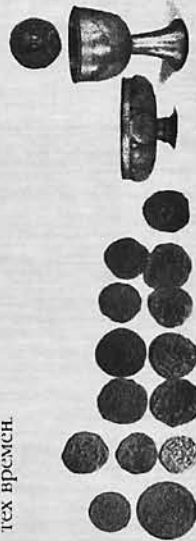
Начало истории хозяйственного освоения поймы относится к рубежу IV-III тысячелетия до н.э. Самым ранним памятником этой эпохи является подкурганное захоронение у с. Зубовка Ленинского района. Позднее сложились целые массивы курганных захоронений этой эпохи. Всего на территории поймы выделено три массива археологических объектов - курганных мотыльников, курганных групп и одиночных курганов. Колобовский массив включает 17 объектов; Царевский массив - 19 объектов; Заплавинский массив - 11 объектов.

## История Золотой Орды



Вплоть до XIII века различные кочевые племена сменяли друг друга, пока во второй половине 30-х годов здесь не сформировалось одно из самых крупных государств древности Золотая Орда. Ее центром становится Нижнее Поволжье. В 30-х годах XIV века во времена хана Узбека в районе современного села Царев начинается строительство третьей столицы Золотой Орды Сарай-Берке, которая просуществовала чуть более 60-ти лет и была окончательно разрушена крымским ханом Тимуром. Изучение Царевского городища, памятника археологии федерального значения - обозначено на местности архитектурными стелами и открыто огромное количество археологических находок, памятников древней культуры.

Свидетелем древнего земледелия монголов до сих пор остается Чий блестящий, произрастающий здесь с тех времен.



## Великий шелковый проект



По распоряжению Петра I купец Духов наладил на ерике Тутов производство шелка, а в 1720 году был создан шелковый завод в с. Безродное (ныне г. Волжский). После смерти Петра I в 1721 году об ахтубинском шелководстве надолго забыли.

В 1755 году Императрица Елизавета Петровна, а в 1773 году Екатерина II пытались поставить шелковое производство на широкую экономическую основу. К 1797 году официально была признана нерентабельность шелкового производства на Ахтубе. Результатами этого проекта стало многолетнее переселение крестьян из соседних губерний, гектары тутовых насаждений и экспансия тутового шелкопряда.

## Царевский метеорит



6 декабря 1922-го года Заволжскую степь сотрясло новое событие - падение метеорита, который получил в дальнейшем имя "Царевский". История изучения этого метеорита необыкновенно интересна, и узнать о ней можно в одном из туристических маршрутов природного парка.

Б.Н. Никифорова с метеоритом, с. Царев, 1979 г.

## Выдающиеся земляки



Село Царев гордится также своими выдающимися земляками, одним из которых является всемирно известный исследователь севера Н.А. Бетгичев. На острове Диксон установлен памятник Никифору Алексеичу Бетгичеву. Сегодня в Цареве в честь имени Бетгичева названа одна из улиц.

## Исторические поселения России (микрорегион Ленинск-Заплавное-Царев)

Три сохранившихся градостроительных ансамбля - ценные архитектурные памятники г. Ленинска, с. Заплавного и с. Царев, на протяжении тысячелетий отнесены к исторически населенным местам России.



В г. Ленинске расположены 36 памятников архитектуры и градостроительства, из них 22 относятся к каменной архитектуре, 14 - к деревянной.



В основном каменная архитектура представлена модификациями русского стиля с классицистическими мотивами и обильным архитектурным декором фасада позаней элзетки.

Для деревянных зданий характерен интересный резной декор лобных досок, наличников, подзоров, которые решены в русском стиле с барочными и классицистическими мотивами.



Выдающиеся памятники истории и культуры расположены в долине Ахтубы, являясь неотъемлемым обрамлением Волго-Ахтубинской поймы. Истари люди селились у крумки поймы, а самую пойму берегли.



**Пример краткого описания программы эколого-познавательного тура  
(целевая категория: неспециалисты, любители природы)**

ПАСПОРТ  
ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ  
**“ПРИРОДНЫЙ КОМПЛЕКС “ОСИНКИ”**

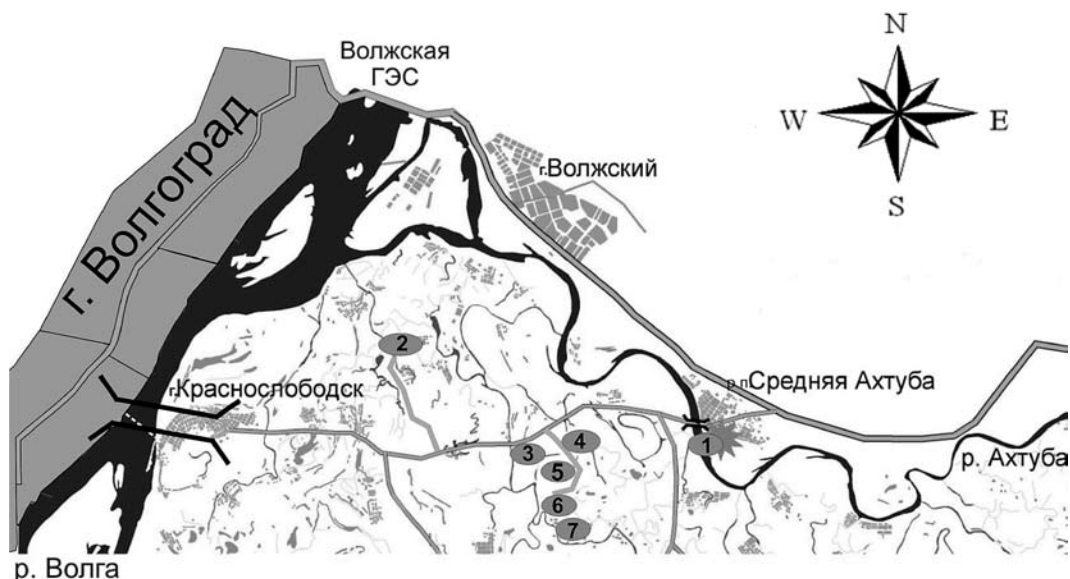


2012

**Паспорт туристического маршрута**  
**ГБУ ВО Природный парк “Волго-Ахтубинская пойма”**  
**Название туристического маршрута - “Природный комплекс “Осинки”**

Страна, республика, край, область (место проведения)	Россия, Волгоградская область, Среднеахтубинский район, Ленинский район, Светлоярский район ГБУ ВО “Природный парк “Волго-Ахтубинская пойма”					
Название тура	Маршрут эксклюзивного научного туризма - “Природный комплекс “Осинки”					
Количество дней	1					
Нитка маршрута	р.п.Средняя Ахтуба – п.Кировец – Заливные луга – природный комплекс “Осинки” – посадки молодых дубрав – сосновый бор – ер. Тарасиха – р.п.Средняя Ахтуба					
Рекомендуемый период проведения	Апрель-октябрь.					
Путь подъезда	До турбазы “Осинки” асфальтированная дорога, далее грунтовая дорога.					
Характеристика маршрута	Вид маршрута (туризма)	Протяженность км	Продолжительность тура	Средство передвижения	Категория сложности	Количество инструкторов
	познавательный (автомобильно-пеший)	41,2	3 часа	Автотранспорт	-	-
Категория обслуживания	Школьники, студенты, аспиранты, научные сотрудники, туристы.					
Особенности тура	Наблюдения за изменениями водных и луговых сообществ. Знакомство с водными растениями, осинниками, пойменными дубравами. Сочетание полученной ценной информации с отдыхом на природе, оздоровление посетителей.					
Меры обеспечения безопасности	Инструктаж по технике безопасности на маршруте проводит экскурсовод. ИТБ - ГБУ ВО ПП ВАП-10.2-2011					
Необходимое личное снаряжение	Снаряжение: дорожная сумка или рюкзак, гигиенические средства, часы, бинокль, фотоаппарат, видеокамера, защитные средства от укуса комаров, солнцезащитные очки, паспорт, страховой полис, деньги на непредвиденные расходы. Одежда, обувь: головной убор, закрытая обувь, теплая и легкая одежда (в зависимости от сезона).					
Характеристика питания на маршруте	Участники тура обеспечивают себя питанием самостоятельно.					
Оптимальное количество туристов	Группа 10-20 человек.					
Что входит в стоимость тура	Прямые расходы, накладные расходы и наценка до 20% (для осуществления основных целей, ради которых создано ГБУ ВО “ПП “ВАП”)					
За дополнительную плату	Проезд, предоставление вспомогательного инвентаря.					
Ориентировочная стоимость тура						

**Карта-схема туристического маршрута  
“Природный комплекс “Осинки”  
(М 1 см: 2,5 км)**



1. Остановка №1. Самый крупный рукав реки Волга
2. Остановка №2. «Лотос орехоносный»
3. Остановка №3. Заливные луга
4. Остановка №4. Дуб великан
5. Остановка №5. Посадки молодых дубрав
6. Остановка №6. Сосновый бор
7. Остановка №7. ер. Тарасиха

**Паспорт туристического маршрута ГБУ ВО “Природный парк “Волго-Ахтубинская пойма”**

**Название туристического маршрута - “Природный комплекс “Осинки”**  
разработан в 2007 г.

**Тип маршрута:** линейно-кольцевой.

**Продолжительность:** 3 часа.

**Протяженность маршрута:** 41,2 км.

**Персонал:** гидом-экскурсоводом и проводником по данному маршруту могут быть сотрудники ГБУ ВО “Природный парк “Волго-Ахтубинская пойма”.

**Основные объекты показа:** маршрут имеет 7 остановок:

Остановка №1. Самый крупный рукав реки Волга

Остановка №2. «Лотос орехоносный»

Остановка №3. Заливные луга

Остановка №4. Дуб великан

Остановка №5. Посадки молодых дубрав

Остановка №6. Сосновый бор

Остановка №7. ер. Тарасиха

**Общая часть**

Природный комплекс Осинки представлен гривистыми поверхностями пояса меандрирования р. Ахтуба. Длинные песчаные гривы чередуются с понижениями, старичными озерами и слабо извилистыми ериками. Пойменные дубравы, галерейные ивовые леса, осокорники, сосновые по-

садки, разнотравные луга среднего уровня, водная и околоводная растительность в прибрежных полосах позволят отдохнуть здесь любым группам туристов.

### **Остановка № 1 – Самый крупный рукав реки Волга**

Ахтуба — ответвление русла Волги, отделяясь от неё выше г. Волгограда, далее течет как самотечный водоток параллельно основному руслу Волги. Длина в пределах парка составляет 95,3 км. Её роль в образовании гидросети поймы общепризнанна. Большинство ериков берут свое начало из р.Ахтубы и фильтруют воду возвращая её Волге.

### **Остановка № 2 – Лотос орехоносный**

На территории Волго-Ахтубинской поймы лотос акклиматизировался сравнительно недавно (2006-2008гг.) и имеет очень ограниченный ареал. Его распространение по территории зависит не только от природных условий, но и от желания человека рассеять его по водоемам Волго-Ахтубинской поймы. Именно этот лотос является национальным символом Индии. В отличие от обычных кувшинок этот лотос имеет тысячелетнюю историю употребления не только цветков, но и всех частей растения.

### **Остановка № 3 – Заливные луга**

На заливных лугах Волго-Ахтубинской поймы расположены лучшие по качеству и урожайности сенокосные угодья. Из состава лугового травостоя наиболее ценными являются пырей ползучий, из других злаков – пырей, вейник, кострец; из бобовых – мышиный горошек, из разнотравья – девясил, алтей, тысячелистник, крестовник, подорожник.

### **Остановка № 4 – Одинокий дуб**

Средневозрастной раскидистый дуб – не типичный представитель данного растительного сообщества. Являясь основной лесобразующей породой пойменных лесов на ерике Осинки встречается крайне редко, по причине затопления территории. Здесь можно наблюдать формирование раскидистой кроны и отсутствие не только подлеска, но и богатого травостоя.

### **Остановка № 5 - Посадки молодых дубрав**

Пойменные дубравы являются одним из основных богатств Волго-Ахтубинской поймы. Это живописные места. Дубовые леса издавна считаются грибными и ягодными. Весной дуб покрыт тонким зеленым кружевом распускающихся листьев, летом укрывает от изнуряющей жары. На этой стоянке можно устроить пикник, есть место для приготовления пищи на костре, деревянный стол, лавки.

### **Остановка № 6 - Сосновый бор.**

Остановка на сосновом участке, где растут два вида сосен: крымские и обыкновенные.

Среди древесных растений сосна – один из лидеров по фитонцидности. Каждая хвоинка сосны – крохотный озонатор воздуха.

Поистине сосна – прекрасное и удивительное растение. Часто она растет там, где невозможна жизнь других деревьев. Своими корнями сосна удерживается на обрывистых, практически лишенных почвы скалах, образует целые рощи на безводных песках, но встречается и на заболоченных территориях.

Сосна – дерево вечнозеленое. Но у нее каждую весну распускаются почки и появляются молодые побеги, как у лиственных деревьев.

### **Остановка № 7 – ер. Тарасиха.**

Неотъемлемой частью пойменного ландшафта являются ерики, представляющие собой старые речные русла, сохраняющие связь с основным руслом. Всего на территории Волго-Ахтубинской поймы насчитывается около 100 ериков. Один из них – ерик Тарасиха. На его берегу в густой тени тополей, вязов и терновника любят “охотиться” рыбаки. Здесь оборудована пикниковая поляна, можно разбить полевой стан, порыбачить или просто отдохнуть.



**Перспективные направления развития  
экологического туризма и примерный ассортимент  
возможного турпродукта в Камызякском районе**

Физико-географическая характеристика, природные особенности, ресурсное обеспечение, туристская инфраструктура Камызякского района Астраханской области позволяют сделать вывод о возможности реализации на проектной территории нескольких направлений экологического туризма:

1. познавательное;
2. научное;
3. спортивное;
4. краеведческое;
5. рекреационное;
6. реабилитационное;
7. сельский туризм.

Для определения стратегии и тактики продвижения экологического туризма на проектной территории необходимо определить для каждого направления виды и формы экологического туризма, существующие ресурсы и инфраструктуру, рекомендации по развитию отдельных видов экологического туризма, модернизации туристской инфраструктуры, примерный ассортимент туристского продукта и состав дополнительных услуг.

**1. Познавательное направление** предполагает ориентацию потребителя на знакомство с уникальными природными территориями, ландшафтами, памятниками природы и культуры, флорой и фауной. Поскольку по своим природным условиям Камызякский район сходен с соседней охраняемой территорией, его можно позиционировать в первую очередь как сопредельную с заповедником территорию. Это привлечет к экологическим программам проектной территории истинных любителей и ценителей первозданной, «дикой» природы. Основными потребителями эколого-познавательных программ будут являться увлеченные (любители природы, школьники, студенты) и массовые туристы (клиенты туристских баз).

Ресурсы проектной территории позволяют развивать на их базе такие формы эколого-познавательного туризма, как:

- орнитологические туры – наблюдение за птичьими сообществами;
- эколого-ботанические туры – знакомство с биоразнообразием растительного мира;
- ландшафтно-экологические туры – знакомство с природным разнообразием ландшафтов и их особенностями;
- подводная фотоохота – погружение в подводный мир с фотокамерой;
- эколого-технологические туры – знакомство с традиционными для региона формами природопользования, экологически чистыми технологиями производства, особенностями функционирования и продукцией биотехнологических предприятий.

**Орнитологические туры** предполагают наблюдение за птичьими сообществами за границей Дамчикского участка заповедника. В Камызякском районе обитает порядка 230 видов птиц. В настоящее время орнитологические экскурсии проводятся на территории Астраханского государственного биосферного заповедника. Основными потребителями орнитологических туров могут являться школьники, студенты, специалисты – орнитологи и любители (birdwatchers).

Ассортимент орнитологических туров может быть представлен однодневными экскурсионными программами и многодневными турами с размещением на прилегающих туристских базах, расположенных в районе Дамчикского участка Биосферного заповедника: «Волго-Каспий», «Понизовье», «Лотос», «Ерик». Для проведения орнитологических туров более других подходят про-

токи Правая Горная, Левая Горная, Гандурино. При организации экскурсионных программ целесообразно использовать специально сооруженные смотровые площадки, многодневные туры предполагают также передвижение на лодках и наблюдение за птицами с них. Эти программы могут быть как самостоятельным турпродуктом, так и составной частью комплексных экологических туров.

Модернизация существующей инфраструктуры включает установку смотровых вышек по протокам Правая Горная, Левая Горная, Гандурино. Рекомендуется установить всего три наземных площадки, по одной на каждой из вышеупомянутых проток. В качестве экскурсоводов, гидов-сопровождающих, особенно в турах для специализированных туристов предлагается привлекать сотрудников заповедника, а также специалистов-орнитологов.

**Эколого-ботанические туры** предполагают изучение биоразнообразия растительного мира Камызякского района. Флора района насчитывается порядка 278 видов растений. На проектной территории располагается памятник природы Уваринский, созданный для защиты лотоса орехоносного и чилима. В настоящее время ботанические туры не проводятся (за исключением экскурсий на «Лотосные поля», но их нельзя назвать экологичными). Оптимальное время проведения туров – апрель-май и июль-сентябрь. Основными потребителями эколого-ботанических туров могут являться школьники, студенты, специалисты – биологи, а также любители природы.

Ассортимент эколого-ботанических туров скорее всего будет ограничен однодневными экскурсионными программами. Например, экскурсия в район памятника природы Уваринский предполагает перемещение посетителей на микроавтобусе «Газель» до памятника природы с осмотром зарослей чилима, кувшинок и цветов лотоса орехоносного. Оптимальное время проведения – июль, август. Рекомендуется оборудовать экологическую тропу в целях защиты природных объектов и разработать ее информационное обеспечение.

Возможны ботанические экскурсии также и в весенний период, период цветения большинства растений. Их можно проводить без разработки конкретных маршрутов, так как они предполагают знакомство с теми растениями, которые встречаются «по пути». Такие экскурсии могут быть востребованы школьниками в рамках изучения биологических дисциплин и студентами-биологами при изучении специальных курсов. Для их проведения требуются специалисты-ботаники в качестве сопровождающих, а также подробный перечень объектов флоры, особенно охраняемых, которые недопустимы к использованию в гербариях.

Эти экскурсии также могут быть частью комплексных эколого-познавательных туров.

**Ландшафтно-экологические туры** предполагают знакомство с природным разнообразием ландшафта и его особенностями.

Уникальность и неповторимость ландшафта Камызякского района определяются Дельтой реки Волги, крупными и мелкими водотоками, многочисленными островами и авандельтой. Оптимальным временем проведения подобных маршрутов является весенне-осенний сезон (исключая июнь). Безусловно, лучше всего проводить такие экскурсии с воздуха, чтобы туристы могли увидеть весь ландшафт с высоты птичьего полета. В то же время для впервые прибывших туристов ландшафт дельты реки будет представлять интерес даже при его осмотре с воды, во время передвижения на лодках по многочисленным водотокам.

Если организовывать такие туры, необходимо использовать площадки для посадки и взлета вертолетов при ТБ «Лотос». Возможно также использование в качестве транспортного средства воздушный шар. Несмотря на явно высокую стоимость подобных экскурсий, на них найдутся желающие, особенно среди VIP-клиентов турбаз и гостей региона.

Вертолетные экологические экскурсии, в том числе над особо охраняемыми территориями, являются традиционными во многих странах мира, таких как Австралия, ЮАР, США. Однако, для дельты Волги не рекомендуется организовывать вертолетные экскурсии с пролетом над территорией Астраханского государственного биосферного заповедника, а также в период массового гнездования птиц.



Организация эколого-ландшафтных туров по воде может осуществляться для туристов, проживающих на базах, школьников, студентов. Для проведения таких экскурсий понадобится водное транспортное средство малой вместимости (катер, моторная лодка). Поэтому оптимально началом маршрута можно выбрать туристскую базу, расположенную в Дельте, которая имеет необходимые плавсредства.

**Подводная фотоохота** предполагает погружение туристов с аквалангом, знакомство с подводным миром дельты, охоту с фотокамерой. На территории района много крупных и мелких водотоков различной глубины и прозрачности. Большую часть туристского сезона мутность воды повышенная, однако в августе и сентябре видимость в воде увеличивается до 2–3 метров, что делает возможным проведение подводных экскурсий и дайвинга. Для проведения подводной фотоохоты подойдут большинство крупных водотоков (р. Гандурино, р. Камызяк, р. Табола и др.) и территория взморья.

Организация фотоохоты может осуществляться туристскими базами, расположенными в Камызякском районе с предоставлением дополнительных услуг по прокату снаряжения, необходимого для подводного плавания и фотоохоты, обучению туристов первичным навыкам погружения и ориентирования в подводном мире.

Рекомендуется разработать на существующих туристских базах комплекс дополнительных услуг по прокату снаряжения, необходимого для подводного плавания и фотоохоты, предоставлению услуг инструкторов.

**Эколого-технологические туры** предполагают знакомство с биотехнологическими предприятиями Камызякского района и традиционными формами природопользования. На территории района насчитывается большое количество предприятий, которые представляют интерес для туристов: ООО ПКФ Рыбопитомник «Чаганский», Страусиная ферма «Баба Фрося», Музей Арбуза, Конезавод «Дружба», ООО «Надежда-2», ГНУ Всероссийский НИИ орошаемого овощеводства и бахчеводства, ЗАО «Астраханский пектин».

В настоящее время страусиная ферма «Баба Фрося», Музей Арбуза принимают участие в развитии туристской деятельности на базе собственных ресурсов (организация экскурсий).

Основными потребителями эколого-технологических экскурсий станут школьники, студенты, взрослое население г. Астрахани, гости города. В большей степени такие программы будут являться составной частью комплексных эколого-познавательных или эколого-культурных туров. Оптимальным временем проведения туров является весенне-осенний сезон.

Ассортимент эколого-технологических туров может быть представлен однодневными экскурсионными программами. Возможна организация экскурсий на одно предприятие, либо комплексная программа по нескольким предприятиям Камызякского района.

Посещение рыбопитомника «Чаганский», позволяющее экскурсантам познакомиться с процессом и технологией получения молоди рыб, экскурсия на ООО «Надежда-2», во время которой посетители узнают о выращивании в рисовых чеках гигантской пресноводной креветкой и прудовой рыбы, можно совместить с дегустацией продукции (например, креветок) и последующим ее приобретением. В качестве квалифицированных экскурсоводов можно привлекать специалистов-ихтиологов или студентов старших курсов, в первую очередь, кафедры «Аквакультура и водные биоресурсы» АГТУ.

Модернизировать инфраструктуру предприятий под запросы туристов (организация специализированных ресторана или кафе, пункта продажи собственной продукции, туалетных комнат), разработать комплекс полноценных экскурсий и(или) анимационных программ, дополнительных услуг можно рекомендовать в первую очередь для Страусиной фермы «Баба Фрося», Музея Арбуза, ООО «Надежда-2». Для Конезавода «Дружба» актуальным будет также организация проката лошадей, школы верховой езды, услуги инструкторов, строительство ипподрома (что, впрочем, частично уже есть в планах руководства конезавода).

В настоящее время в рамках данного направления экотуризма реализуется, по сути, только одна действительно экологическая программа – Биосферный заповедник проводит в июле школьные экологические лагеря на территории Дамчикского участка.

Предлагается продолжить и расширить предложение по организации эколого-познавательных экскурсий для школьников и студентов различной направленности (биологические, ландшафтные, тематические, технологические).

Наибольшей популярностью будут пользоваться **комплексные эколого-познавательные туры**, позволяющие познакомиться со всеми интересными природными объектами. Предложенные выше экскурсии и программы могут являться составными частями единого турпродукта. Многодневный тур должен быть сформирован исходя из определенной концепции («Рыбное Эльдorado», «Родина Лотоса», «Самая красивая дельта мира», «Поводный мир авандельты», «Живем и работаем, сохраняя природу» и т. д.). Проживание может быть организовано на туристских базах (для обеспеченных клиентов), домах сельских жителей или базах эконом-класса, в палаточных лагерях (школьники и студенты).

**2. Научное направление экотуризма** предполагает организацию туров для специалистов различных отраслей биологии и экологии. Оно включает также проведение для студентов различных учебных заведений полевых и производственных практик с целью изучения конкретных природных и антропогенных объектов.

В настоящее время данное направление практически не освоено. Для студентов и школьников реализуются только познавательные экскурсии. Организацией подобных практик для иногородних студентов занимается кафедра «Экологический туризм» Астраханского государственного технического университета по программе «Студенческое путешествие».

Научное направление экологического туризма также можно рассматривать как путешествия специалистов и научных сотрудников для сбора научной информации, в том числе о редких, находящихся под угрозой исчезновения, занесенных в Красную Книгу представителях флоры и фауны, их образе жизни, поведении, ареале распространения, условиях роста и размножения. Биоразнообразие и уникальность территории позволяет привлечь в район специалистов самой разной направленности: экологи, ботаники, ихтиологи, гидробиологи, зоологи, орнитологи, географы и др. Развитием этой формы научного туризма целесообразно заниматься Астраханскому государственному биосферному заповеднику, так как он имеет специалистов во всех этих областях, научные связи и партнерские отношения с другими охраняемыми территориями и научными учреждениями, но, в то же время не способен принимать большое количество даже специализированных туристов на своей собственной территории. Сопредельная к заповеднику территория Камызякского района может удовлетворить научный интерес и запросы достаточно большой части потребителей научных экотуров. Это позволит расширить круг потребителей, даст возможность получить заповеднику дополнительный доход. Проживание таких туристов можно организовать на близлежащих к Дамчикскому участку туристских базах, гостевых домах самого заповедника или палаточных лагерях (в зависимости от запрашиваемого уровня сервиса).

**3. Спортивное направление** в экологическом туризме предполагает активное времяпрепровождение на природе, совмещение отдыха с занятиями спортом. Наиболее перспективными являются водные туры, конные путешествия, в меньшей степени – пешеходные прогулки и походы.

**Конные туры.** На территории Камызякского района существует конезавод «Дружба», осуществляющий разведение арабской и донской пород лошадей. Все конные маршруты предпочтительнее начинать и заканчивать у конезавода, что позволит избежать дополнительных затрат на охрану, кормление и уход за лошадьми.

Ассортимент конных туров может быть представлен однодневными и многодневными программами.

Можно предложить для более детального проектирования тур «Камызякский Аллюр» – трехдневный кольцевой конный маршрут с. Никольское (Конезавод «Дружба») – село Иванчуг (Страусиная ферма «Баба Фрося») – село Хмелевка – село Никольское (всего 63 км). Ночевки предполагается организовывать в палаточных лагерях вблизи с. Никольское и с. Иванчуг, питание походное. Тур ориентирован на клиентов туристских баз Камызякского района, которые заинтересованы в пребывании на природе, знакомстве с природными достопримечательностями

и необычными объектами, а также на жителей г. Астрахань, желающих получить яркие эмоциональные впечатления, отдохнуть на лоне природы. Рекомендуемое время реализации тура – вторая половина июня – сентябрь.

Водные туры можно реализовывать на любых участках водотоков Камызякского района. Их организация возможна при условии создания стоянок для разбивки палаточных лагерей и возможности аренды снаряжения для водных путешествий (байдарки, спасательные жилеты, палатки, спальники и др.).

В настоящее время услуги по прокату снаряжения могут предлагать туристские базы. Поэтому и сами водные маршруты рекомендуется прокладывать вблизи туристских баз (непродолжительные, в качестве аттракции для их клиентов). Многодневные маршруты лучше всего планировать так, чтобы туристы могли выбрать в качестве мест ночевки или туристские базы, или оборудованные стоянки для палаточных лагерей.

В качестве примера предлагается разработка сети водных маршрутов, которые можно совершить в районе туристской базы «Московская».

Непродолжительные маршруты протяженностью 4–5 км можно проложить вокруг расположенных рядом с базой отдыха островов, а по ерикам Мал. Кашкалдак и Бол. Кашкалдак. Их можно использовать в качестве тренировочных, для отработки навыков сплава на байдарках для туристов, не имеющих опыта участия в водных походах и желающих его приобрести, а также для организации прогулок.

Для людей, имеющих физическую подготовку, можно предложить походы на байдарках, предусматривающие проживание отдыхающих в палатках:

А). Байдарочный маршрут протяженностью 40 км: т/б «Московская» – р. Кизань – р. Бакланья – р. Малая Бакланья – р. Белужья – р. Нижняя Калиновка – т/б «Московская». Продолжительность 2–3 дня.

Б). Байдарочный маршрут продолжительностью 2–3 дня: т/б «Московская» – р. Кизань – р. Увары – р. Быстрая – р. Кал – р. Кизань – т/б «Московская». Протяженность 45 км.

На этих маршрутах можно запланировать посещение некоторых интересных достопримечательностей, например: памятника природы «Уваринский» и церкви во имя Казанской иконы Божьей Матери в с. Увары, осмотр села Успех, являющегося наиболее крупным компактным местом проживания русских старообрядцев – «липован» и села Хмелевка – места проживания русских старообрядцев – кулугуров и т. д.

В). Двухдневный маршрут на моторных лодках: т/б «Московская» – р. Кизань (до с. Караульное) – р. Каныча – р. Гандурино – пр. Чаган – пр. Бол. Кал – ер. Тихий Кал – р. Кал – р. Кизань – т/б «Московская». В этот водный маршрут можно будет включить экскурсионную программу с достопримечательностями, которые туристы смогли бы выбрать по собственному желанию: страусиная ферма «Баба Фрося» в Иванчуге, племенной конезавод «Дружба» в селе, рыбопитомник «Чаганский» и завод «Астраханский Пектин» в селе Чаган.

Г). Многодневный маршрут протяженностью 50 км: т/б «Московская» – р. Кизань – р. Вертячка – р. Увары – р. Быстрая – р. Кал – р. Кизань – т/б «Московская». Этот маршрут можно предлагать как в качестве байдарочного (тогда он будет длиться 4–5 дня), так и прогулочного, совершаемого на моторных лодках.

Проведение пешеходных туров возможно на любой территории Камызякского района при условии разработки маршрутов и обустройства экотроп. Непродолжительные пешеходные прогулки могут быть предложены в качестве дополнительной аттракции всем традиционным клиентам туристских баз Камызякского района. Пешие походы не требуют специального оборудования и специальной подготовки, дают возможность получить необходимые физические нагрузки, испытать эмоциональную разрядку, удовольствие от общения с природой.

Например, для туристской базы «Московская» можно предложить разработать маршрут однодневного пешеходного похода вдоль водотоков по острову Захаровскому. Его протяженность может варьировать в пределах 2–5 км.

**4. Краеведческое направление** в экотуризме способствует познанию туристами истории взаимодействия человека и природной среды, начиная с древнейших времен, жизни различных народностей в сложившихся природных условиях, их взаимодействие с окружающей средой.

Для развития этно-экологических туров в Камызякском районе интерес представляют такие села как: Семибугры (казахский быт, обычаи и традиции), Успех (русские старообрядцы – «липоване»), Хмелёвка (русские старообрядцы – кулугуры), п.Станья (традиционный быт рыбаков). Их посещение, знакомство с бытом, традициями, культурой можно совместить с отдыхом на природе и экологическими экскурсиями. Основными потребителями таких программ являются иностранные и российские туристы, интересующиеся традициями и обычаями разных народов.

Ассортимент этнографических туров может быть представлен однодневными экскурсионными программами:

А). Этно-экологическая экскурсия в с.Успех предполагает знакомство с бытом и обычаями русских старообрядцев – липован.

Б). Экскурсия в с. Хмелёвка, известного компактным проживанием русских старообрядцев – кулугуров.

В). Этнографическая экскурсия в с. Семибугры, предполагающая знакомство с казахским бытом, обычаями и традициями, участие в приготовлении национальных блюд и национальных играх и гуляниях. В традиции сельчан закрепились такие мусульманские праздники как Ураза-байрам, Курбан-байрам, праздник весеннего Нового года Наурыз.

Историко-краеведческие туры возможны на ресурсной базе проводимых в Камызякском районе раскопок, в том числе в форме участия в виртуальных раскопках. На территории располагается несколько археологических памятников: «Самосдельское городище» (с. Самосделка), Могильник грунтовый «Большой Хаджи» (с. Маячное), Поселение «Малый Хаджи» (с. Маячное), Могильник грунтовый «Караколь» (с. Самосделка), Грунтовый могильник «Большой Таболинский» (с. Раздор), Грунтовый могильник «Коновский» (с. Увары). В настоящее время туристские фирмы г.Астрахани предлагают экскурсии на «Самосдельское городище». Строительство центра «Итиль-Саксин», которое должно начаться в 2009 году, будет способствовать активизации туристической деятельности в районе и в ближайшее время позволит говорить о возникновении нового туристического центра всероссийского масштаба.

Основными потребителями археологических туров будут археологи, студенты, туристы, интересующиеся археологией.

Рекомендации по охране окружающей среды в первую очередь предполагают проведение мероприятий по обеспечению сохранности археологических объектов, недопущение загрязнения территории отходами человеческой деятельности, бытовым мусором.

В качестве примера можно предложить три ориентировочные программы на базе археологических и природных ресурсов Камызякского района. Все они могут быть реализованы в археологический сезон (июль-сентябрь). В качестве гида-экскурсовода должен выступать археолог, имеющий непосредственное отношение к экспедиции и знающий все нюансы археологического комплекса.

А). Комбинированный историко-краеведческий тур «Самосделка и ее окрестности». Программа тура должна включать следующие услуги: трансфер Астрахань-Самосделка, услуги гида, экскурсионное обслуживание (экскурсии по Самосделкинскому городищу, экспозиции музея «Российского арбуза», страусиной ферме «Баба Фрося», экспозиции музея Природы Астраханского государственного биосферного заповедника), размещение и питание на базах отдыха «Дом рыбака», «Розовый фламинго», «Каравелла», «Парус» или в палаточном лагере.

Б). Многодневный археологический тур «Основы полевой археологии». Программа тура предполагает предоставление туристам следующих услуг: трансфер Астрахань-Самосделка, услуги гида, экскурсионное обслуживание по Самосделкинскому городищу, услуги по обучению основам археологического исследования, анимационные услуги, размещение в палаточном лагере и питание на базе археологического центра.

В). Комбинированный историко-краеведческий тур «Путешествие в Хазарский каганат». В двухдневную программу тура будут входить следующие услуги: трансфер Астрахань-Самосделка, услуги гида, экскурсионное обслуживание по Самосделкинскому городищу, услуги по обучению основам ремесленного дела (мастер-класс силами членов археологической экспедиции), прогулки на лошадях и верблюдах, анимационные услуги (концертная программа местных фольклорных коллективов), услуги размещения и питания на базах отдыха «Дом рыбака», «Розовый фламинго», «Парус», «Каравелла» или в палаточном лагере.

**5. Рекреационный туризм** предполагает отдых на природе с целью восстановления физических и психологических способностей человека.

Рекреационное направление может развиваться на базе оборудованных стоянок, где можно установить палатки, временные лагеря, кемпинги. Потребителями рекреационных туров будут, в первую очередь, жители Астрахани, других регионов России, которые предпочитают незатейливый отдых на природе, без городских бытовых условий. Эту группу туристов можно рассматривать как потенциальных потребителей других экотуристских продуктов и услуг. Им можно предложить экскурсионные программы на природные объекты, предприятия района, эколого-этнографические экскурсии и т. д.

**6. Реабилитационный экологический туризм** – самое передовое направление экотуризма, практически неразвитое в нашей стране, но очень популярное за рубежом среди любителей и защитников природы. Туристов привлекают к защите природы, очистке ландшафтов от мусора, проведению некоторых мероприятий по восстановлению природных ресурсов. Потребителями таких туров могут быть школьники, студенты, активисты «зеленого» движения, волонтеры (добровольцы), желающие внести свой вклад в восстановление природы. Одной из возможностей организовать подобные туристские программы является широко распространенная в Камызякском районе программа «Голубой патруль» по спасению погибающей молодежи из отшнурованных водоемов.

**7. Сельский туризм** предполагает проживание туристов в традиционных жилищах местных жителей Камызякского района с участием в сельской жизни, традиционных формах природопользования, ведении сельского хозяйства. Для данных целей подойдут следующие населенные пункты: село Успех, село Чаган, село Каралат, село Раздор.

Потенциальными потребителями сельских туров являются городские жители, желающие окунуться в сельскую жизнь, уставшие от городской суеты и урбанизированности жизни, ищущие возможности отдохнуть в тишине и покое, посмотреть на красивый ландшафт. Мотивация деревенского отдыха - единение с природой, чистый воздух, экологически чистые продукты питания, смена обстановки, меньшее количество народу, отсутствие скученности населения, иной образ, распорядок и культура жизни, возможность участия в сельскохозяйственных работах и садоводстве, уход за животными, участие в сборе даров природы (ягод и грибов) и, разумеется, что немаловажно, дешевизна отдыха.

Для развития этого направления экотуризма должны быть созданы экономические и организационные предпосылки, должно быть желание местных органов власти развивать это движение, эффективно использовать сельский жилой фонд.

Тур «Сельская глубинка» можно организовать как многодневную программу, например, в село Каралат. Численность населения превышает тысячу человек, село газифицировано, имеется водопровод, электричество. Основное население составляют русские. В качестве средства размещения будут использованы сельские избы. В селе имеется песчаный пляж и заросли дикого лотоса, делающие его привлекательным. Туристы могут принять участие в садово-огородных работах, покосах, уходе за домашними животными и птицами, рыбалке, приготовлении местных национальных блюд. Возможна организация спортивных мероприятий (в селе имеется стадион).

**Принципы Национального общества «Одюбон»  
при организации экологических путешествий**

**ПОВЕДЕНИЕ ВО ВРЕМЯ ПУТЕШЕСТВИЙ,  
ОРГАНИЗУЕМЫХ НАЦИОНАЛЬНЫМ ОБЩЕСТВОМ “ОДЮБОН”,  
ГАРАНТИРУЮЩЕЕ ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ УЧАСТНИКОВ**

В современном мире туризм является одной из интенсивно развивающихся отраслей. В отдельных, до сих пор мало известных путешественникам странах, в которых существуют огромные проблемы в связи с безработицей и слабой экономикой, туризм рассматривается как новая приоритетная отрасль. Он создаёт рабочие места и часто обеспечивает приток иностранной валюты в экономически малоразвитые регионы. Туристы из более богатых стран постоянно пытаются найти новые, неисследованные местности. В настоящее время наблюдается растущая тенденция предпочитать традиционным видам отдыха на солнечном морском берегу полные приключений путешествия в неизведанных местах, наблюдения за дикими животными и птицами, а также знакомство с нравами и обычаями других народов и культур.

Встречи с обитателями царства животных вызывают наибольший интерес. Это происходит одновременно со стремительно развивающимся процессом осознания обществом важности сохранения окружающей среды.

Подобное сочетание условий может привести к наплыву экскурсантов в экологически чувствительные местности, что при не очень продуманном управлении может вызвать напряжённость, а возможно, и нанести ущерб тем естественным ресурсам, ко встрече с которым эти туристы так стремятся. Общество “Одюбон” понимает, что сохранение этих чувствительных ресурсов будет гарантировать продолжение развития туризма в таких регионах..

Ресурсы, которые имеются в виду, представляют собой всю естественную природу от прибрежной Аляски, верхних широт Арктики и Гренландии до нетронутой местности Антарктики и всей территории, лежащей между ними.

Национальное Общество “Одюбон” получает всё больше информации как о потенциальном, так и о фактически наблюдающемся конфликте, возникшем между развитием туризма и состоянием окружающей среды. Мы совершенно убеждены в том, что пока что далеко не все имеющиеся резервы были использованы для обеспечения положительного равновесия между этими двумя феноменами, а также для создания такой атмосферы, в которой и представители коммерческих кругов, и участники движения за охрану природы могли бы сотрудничать друг с другом. Мы признаём, что туризм может оказаться мощным инструментом претворения в жизнь идеи сохранения окружающей среды, в частности, путём повышения сознательного отношения к делу сохранения экологически чувствительных территорий и их ресурсов, а также посредством активизации действий, направленных на предотвращение эрозии этих территорий.

Для достижения этих целей Национальное Общество “Одюбон” настоятельно рекомендует всем работникам сферы туризма, участвующим в процессе освоения нетронутых территорий, принять изложенные ниже руководящие принципы за основу своей деятельности.

Недопустимо причинять беспокойство диким животным и нарушать экологическое равновесие среды их обитания. Хрупкая среда обитания не должна подвергаться экологическому стрессу. Необходимо отслеживать состояние территорий, пролегающих вдоль туристских маршрутов, по окончании походов.

Необходимо бережно относиться к растительному покрову.

Присутствие чрезмерного количества людей в хрупких средах обитания может легко вызвать разрушение растительности, равно как и возникающие вследствие вытаптывания каменные осыпи. Мхам, лишайникам и некоторым дикорастущим цветам и травам для восстановления требуется до 100 лет и более, поэтому хождение по ним недопустимо. В обязанности сотрудников туристической компании и руководителей организаций, ведающих вопросами охраны природы, входит содействие выполнению правил, не разрешающих отклонение от разработанного маршрута и предписывающих “оставаться на тропе”. Ни один ответственный работник сферы туризма или защиты природы не должен разрешать бесконтрольное перемещение или сбор образцов растений или иных видов почвенного покрова. Следует также избегать привнесения извне каких-либо новых видов экзотических растений.

Для восстановления коралловых рифов требуется около нескольких лет. Поэтому Национальное Общество “Одубон” настоятельно требует, чтобы все работники сферы туризма, являющиеся его членами, прилагали усилия для сохранения этой формы подводной жизни. Недопустимо разрушение любой части любого кораллового рифа.

Недопустимыми также являются какие-либо действия, приводящие к изменению естественного поведения животных. Поскольку многие походы по наиболее популярным маршрутам организуются преимущественно в период сезона размножения различных животных, организаторы и руководители экскурсий должны установить минимальное расстояние, на которое разрешается приближение к животным, и постоянно придерживаться этого минимума.

Научные исследования показывают, что в период размножения те или иные поведенческие функции животных, такие как ухаживание, гнездование или кормление молодняка, требуют от них особых затрат энергии. Приближение к животным на слишком близкое расстояние вынуждает их тратить энергию зря, вызывая состояние агрессии или демонстрационное поведение в связи с защитой своей территории. Это может привести к дефициту энергии, что в свою очередь, создает угрозу снижения продуктивности животных в период их размножения. Результат такого явления аналогичен негативным последствиям недостатка питания.

Если причинение беспокойства со стороны посетителей происходит на достаточно ранней стадии цикла размножения, это может вынудить родителей покинуть гнездовья. Кроме того, в то время, пока родители будут отгонять незваных гостей, яйца и детёныши будут уязвимы для переохлаждения, а оставленный без присмотра молодняк может стать добычей хищников.

**ОБЩЕЕ ПРАВИЛО:** животных нельзя тревожить или приближаться к ним слишком близко. Мы рекомендуем, чтобы все участники экскурсий соблюдали минимальную дистанцию в 20–30 м.

## Интерпретация природы

Йорген Студгаанд. Перевод А. Токмачевой

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПРИРОДЫ: Что это такое?

Интерпретация природы (или интерпретация окружающей среды) – это попытка описать и объяснить *в целом* основные элементы и структуру ландшафта или любого другого пространства. Другими словами, это попытка показать Природу как сложное, многогранное единое целое, включающее ландшафт, море, небо, климат, растения, животных, историю, культуру и человека, являющегося и зависимой, и влияющей (влиятельной) частью Природы.

Благодаря *приятному опыту*, участники экскурсии-интерпретации совершают открытия, замечают и понимают новое, приобретают полезные знания, с уважением и заботой относятся к природе и окружающей среде, включая культурное наследие.

*Целью* Интерпретации Природы является следующее:

- Показать, что Природу нужно как защищать, так и использовать ее ресурсы;
- Объяснить, что Природа - это основа для торговли и промышленности, так же как и для активного отдыха;
- Проинформировать о существующих правилах, касающихся отношения к природе и пользования ее ресурсами;
- Рассказать о местных природных условиях для того, чтобы стали более понятны глобальные проблемы окружающей среды, тем самым способствуя созданию устойчивого сообщества;
- Рассказать о Природе в условиях города и взаимосвязях между городской жизнью и окружающей средой;

Успешная интерпретация Природы обладает следующими *характерными чертами*:

- доставляет радость;
- уместна, содержательна, личностна (апеллирует к личности, индивидуальности);
- хорошо организована;
- следует определенной теме;

Интерпретация Природы проводится в форме *диалога*.

Как проводить экскурсию?

Хорошее представление – хорошее начало.

Помимо хорошо продуманного плана (см. «Планирование вашей Интерпретации Природы»), успех экскурсии также в значительной степени зависит от хорошего начала. А хорошее начало – это прежде всего хорошее введение.

Во-первых, вы должны прийти на место встречи заранее (как минимум за 10–15 минут до назначенного времени). В этом случае у вас будет и время и возможность лично приветствовать участников, поздороваться с ними за руку и, если вы не встречались ранее, представиться. Опыт показывает, что это стоит делать. Таким отношением вы даете понять, что рады приветствовать на экскурсии каждого участника персонально. Более того, таким образом вы делаете первый шаг на пути установления взаимного доверия – самого существенного момента для *диалога* во время экскурсии. (см. главу «Интерпретация Природы: что это такое?»).

Во-вторых, когда все участники на месте (стоит подождать дополнительно 5 минут, но не больше!), вы собираете их воедино, в группу, демонстрируя, что вам нужно их внимание.



В третьих, перед группой вам нужно *представиться*, назвав имя и профессию, и – что важно – рассказать о том, как вы связаны с данным регионом/ национальным парком / заповедником и т.д., о котором вы собираетесь рассказывать в ближайшие 2–3 часа (например: «Я работаю биологом/ лесником в ..... национальном парке с ..... года»). Также расскажите (кратко!) о вашей работе и ежедневных обязанностях.

В четвертых, *расскажите о планируемой экскурсии:*

– **Сколько времени будет длиться экскурсия? Когда мы вернемся?**

– **Какой тип природы мы увидим? Используйте *карту*, где могут быть отмечены разные экосистемы, а также примерный маршрут. Покажите, где будет отдых или остановка на обед, если это запланировано.**

– **Какова главная тема экскурсии?**

– **Есть ли у участников какие-либо вопросы? Не было ли у них других ожиданий от экскурсии?**

– **Какой сегодня был прогноз погоды? (Связано с тем, как участники одеты.)**

*Если необходимо, чтобы у всех участников были резиновые сапоги (и об этом их предупредили заранее!), но оказывается, что у двоих или троих их нет, что в этом случае вы будете делать?*

Общие (основные) правила, которым Вы должны следовать:

– **Во-первых, Интерпретация Природы – это *не лекция*, читаемая на свежем воздухе, а не в аудитории!**

– **Во время экскурсии *вы* задаете темп, - но так, чтобы *все* участники могли за вами успеть!**

– **Не начинайте вашу интерпретацию, пока вся группа не в сборе!**

– **Стойте так, чтобы Вас могли и увидеть, и услышать!**

– **Солнце светит *вам* в глаза, а не в глаза слушателям!**

– **Ветер дует *вам* в спину, а не в спины участникам!**

– **Не говорите слишком много и долго! Не пытайтесь заставить всех участников слушать вас! Задавайте вопросы и дайте возможность задать вопросы вам! Пусть будет *диалог!***

– **Во время рассказа отдавайте предпочтение, по возможности, предметам, которые все могут увидеть, потрогать и понюхать. Дайте людям в руки вещи, которые они могут ощущать и обонять! Пусть они используют свои чувства!**

*Что вы будете делать, если у одного из участников очень несвоевременно возникли проблемы со здоровьем и он не может дальше идти с вами?*

*Что вы будете делать, если двое участников на протяжении всей экскурсии оживленно беседуют друг с другом?*

*Что вы будете делать, если один из участников все время пытается привлечь к себе Ваше внимание, задавая «умные» вопросы?*

Скорее всего, вы посчитаете вышеизложенные правила уж очень элементарными. Но нередко приходится встречать опытных гидов, которые им не следуют. Даже таких, чей опыт измеряется многими годами!

Планирование Интерпретации Природы

Какая будет экскурсия?

Пешая прогулка, автобусный тур, путешествие на лодках и т. д.

Где?

В лесу, на равнине, по озеру, вдоль пляжа...

Когда?

Ночью, днем, вечером. И как долго (2,3 часа или больше).

Для кого?

Смешанная группа туристов (иностранцев и местных жителей), родители с детьми, студенты или школьники, профессиональные группы (орнитологи, ботаники, охотники, лесники, грибники, etc.)

Выберите тему

Предмет обсуждения и тема это не одно и то же.

а) Предмет обсуждения может быть «птицы»; а *тема*, к примеру: «Как птицы отмечают и защищают свою территорию». Эта тема может быть «*связующей нитью*» для экскурсии летом и ранней весной.

б) Другим предметом для обсуждения могут быть «грибы», а *тема*, например: «Взаимовыгодный симбиоз некоторых видов грибов и деревьев».

Тема – это послание, «мораль» экологической истории! Люди запоминают *темы*, но забывают изолированные факты! Знание *темы* помогает вам лучше подготовиться. Наличие интересной *темы* – почти гарантия успешной презентации экскурсии.

Экскурсия – Интерпретация вместе с гидом-компаньоном

Часто неплохой идеей является привлечение «специалиста» (местного жителя, рассказывающего истории и байки) в качестве вашего компаньона (второго гида). Его присутствие вносит разнообразие в вашу Интерпретацию и развлекает участников.

В зависимости от территории, где проводится Интерпретация, таким специалистом может быть: опытный лесник или лесничий, рыбак, охотник, фермер, учитель (он или она может быть на пенсии), который знаком с местной историей, ваш коллега и др.

Важно, чтобы этому специалисту нравилось общаться с людьми, т. е. рассказывать забавные случаи или вспоминать необычные истории, например, из своего профессионального опыта.

*Подумайте, может быть среди ваших знакомых есть человек, которого вы бы хотели пригласить в качестве гида-компаньона?*

Планирование и прохождение маршрута

Маршрут пешей экскурсии следует планировать согласно следующим критериям:

с) предполагаемая целевая аудитория (группа); профессиональные интересы участников и их мобильность;

d) выбранная вами *тема*;

e) продолжительность экскурсии (время и расстояние), о которых вы договорились с группой;

f) незадолго, насколько это возможно, до предполагаемой экскурсии (за день или несколько дней) вы должны пройти маршрут самостоятельно. Каждый день в природе происходят изменения, ежедневно весной и летом распускаются «новые» цветы, поют «новые» птицы и летают «новые» бабочки!

g) выберете места основных остановок для вашей интерпретации и определитесь, где вы будете рассказывать ваши 3–5 «отличных историй» (большая часть этих историй должна быть связана с темой, но не обязательно все!);

h) если вы выполните пункт d), то у вас появится отличная возможность *планировать сюрпризы!* Это означает, что вы *заранее* нашли следы барсука, гнездо совы и место, где недавно прошел дикий кабан.

Последние приготовления

i) поговорите с коллегами и местными жителями, которые смогут сообщить самую последнюю информацию о местности, где вы будете проводить экскурсию;

j) ознакомьтесь с путеводителями и другой литературой, с картами, где могут содержаться полезные факты;

k) еще раз продумайте *уровень интерпретации* в соответствии с интересами группы;

l) следите за прогнозом погоды!... (и не забудьте поставить будильник, если утром нужно рано вставать!)...

## **ПРИМЕРЫ РУКОВОДСТВ ДЛЯ ТУРИСТОВ**

### **ДЕСЯТЬ ЗАПОВЕДЕЙ ЭКОТУРИЗМА ОТ АСТА (АССОЦИАЦИЯ ТУРАГЕНТСТВ АМЕРИКИ)**

Неважно, в деловой или развлекательной поездке вы находитесь:

1. Помните об уязвимости дикой природы. Поймите, что если мы не поможем сохранить уникальность и красоту наших туристических троп, все это может исчезнуть, и наши потомки не будут радоваться природе, как это делаем мы.
2. Не оставляйте на тропе ничего кроме следов своих ног. Берите с собой на память только кадры на пленке. Никаких “наскальных” рисунков и надписей! Не растаскивайте на сувениры исторические и природные места.
3. Чтобы ваше путешествие было более познавательным, занимайтесь самообразованием в области географии, традиций и культуры мест вашего посещения. Найдите время, чтобы послушать местных жителей. Поощряйте их попытки сохранения природы.
4. Уважайте чувство уединенности и достоинства других людей. Перед тем, как собираетесь фотографировать местных жителей, спрашивайте их разрешения.
5. Не покупайте вещи, изготовленные из растений или животных, относящихся к особо охраняемым видам, такие как слоновий бивень, панцирь черепахи, шкуры любых животных и перья птиц. Прочитайте руководство “Узнайте перед тем, как поедете” – американский таможенный список вещей, не подлежащих импорту.
6. Всегда следуйте только обозначенными тропами. Не топчите, не беспокойте животных и среду их обитания.
7. Узнайте больше о программах, ориентированных на сохранение окружающей среды, и по возможности поддержите их.
8. При любой возможности ходите пешком или используйте экологичные средства передвижения. Просите водителей общественного транспорта глушить мотор на время остановки.
9. Поддерживайте те компании (отели, авиалинии, курорты, круизы, туроператоров и поставщиков), которые содействуют охране окружающей среды: сохранению энергии, улучшению качества воды и воздуха, переработке вторсырья, безопасному менеджменту отходов и токсичных материалов, уменьшению шумового фона, вовлечению в природоохранную деятельность большего количества людей. А также те организации, которые подготавливают опытный, квалифицированный персонал, строго придерживающийся правил охраны окружающей среды.
10. Обратитесь к вашему агенту АСТА для получения информации об организациях, которые подписываются на экологический бюллетень АСТА для путешествующих по воздуху, земле и воде. АСТА рекомендовало этим организациям создать свои собственные “зеленые” кодексы для определенных исторических мест и экосистем.

## **“НЕ ОСТАВЛЯЙ СЛЕДОВ”:** СТАНДАРТНАЯ ПАМЯТКА

### 1. Планируйте свои походы заранее и тщательно готовьтесь к ним:

- Ознакомьтесь с правилами и особыми проблемами того места, куда едете.
- Будьте готовы к крайним переменам погоды и «нестандартным» ситуациям.
- Планируйте свою поездку так, чтобы избежать периодов перенасыщенности туристами.
- Совершайте поездки в малых группах. Если Вы путешествуете большим коллективом, разбивайтесь на группы из 4-6 человек.
- Перепакуйте пищу так, чтобы минимизировать количество упаковочного материала и, соответственно, отходы.
- Пользуйтесь картой и компасом, чтобы не использовать маркирующую краску, указатели из куч камней или флажков.

### 2. По возможности путешествуйте и разбивайте лагерь на устойчивых грунтах:

- Устойчивые грунты включают обычные проторенные тропы и стационарные места стоянок, камни, гальку, сухую траву или снег.
- Сохраняйте места, прилегающие к водоемам, и разбивайте лагерь не ближе 70 м от берега озера и реки.
- Хорошие места для стоянок обычно находят, а не делают. Поэтому по возможности используйте уже имеющиеся места стоянок.

#### *В популярных туристских районах:*

- Старайтесь пользоваться только уже существующими тропами и стоянками.
- Ходите цепочкой один за другим посередине тропы, даже в слякоть и грязь.
- Не расширяйте площадь стоянок. Выбирайте для них те места, где отсутствует растительность.

#### *В районах дикой природы:*

- Старайтесь идти по маршруту не цепочкой, а рассеянно, чтобы предотвратить появление троп и вытопанных площадок.
- Избегайте мест, где воздействие человека только начинается.

### 3. Правильно утилизируйте отходы:

- Весь мусор и остатки пищи убирайте и уносите с собой. Уходя, проверяйте стоянку и места привалов на предмет мусора или остатков пищи.
- Экскременты убирайте в ямки глубиной не менее 10-20 см.

### 4. Сводите к минимуму воздействие костров:

- Костры могут нанести ущерб природе на долгое время. Пользуйтесь легкой печкой для приготовления пищи, а для света – свечками.
- Там, где костры разрешены, пользуйтесь уже готовыми кострищами, «подносами» для костра или костровыми горками.
- Костры делайте маленькие. Используйте для них только хворост и сухие веточки, которые можно сломать рукой.
- Все дрова и угли сжигайте дотла. Уходя со стоянки, полностью загасите костер, затем разбросайте пепел.

**Свод правил поведения посетителей, разработанных В.П. Чижовой для особо охраняемых природных территорий**

При небольшом усилии и знании местной специфики эти правила легко адаптировать как к любому национальному парку или заповеднику, так и к решению любой задачи: разработке буклета по национальному парку в целом или по конкретной экотропе, текста для информационного стенда или листовки, правил поведения участников экологического лагеря и т. д.

Приведем основные принципы построения этих правил, иллюстрированные конкретными примерами.

## **ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ, ИЛИ ОБРАЩЕНИЕ К ПОСЕТИТЕЛЯМ НА ТЕМУ «КАК СЕБЯ ВЕСТИ НАЕДИНЕ С ПРИРОДОЙ»**

*Во-первых, любые правила должны начинаться с обращения. Например:*

### **Дорогие друзья!**

Доброе Утро! Потому что в какое бы время Вы ни пришли к нам, у нас всегда Утро новой встречи с Вами. А у Вас – Утро новой встречи с прекрасной Природой.

Мы приветствуем Вас и желаем новых открытий, больших и маленьких. Пусть Ваше общение с Природой не омрачит настроения ни Вам, ни Ей. И, как сказал поэт,

Пусть будет добрым ум у Вас,

А сердце умным будет.

Вы пришли в мир заповедной природы. Считайте, что она пригласила Вас к себе в гости. Постарайтесь выразить ей свою любовь и уважение своим примерным поведением. А для этого, пожалуйста, примите к сведению некоторые правила поведения, соблюдение которых поможет природе оставаться такой же красивой, а вам – здоровыми и счастливыми.

Во-вторых, сами правила не должны начинаться с запретов. Уместнее их начать с рекомендаций типа:

– Прежде чем отправиться в путешествие, хорошо ознакомьтесь с местными особенностями правил поведения. Относитесь с уважением к местным обычаям и культурным традициям.

– Путешествуйте по возможности пешком или с использованием тех транспортных средств, где необходимо использование энергии собственных мускулов.

– При подготовке к путешествию старайтесь тратить деньги преимущественно на товары местного производства – этим вы способствуете улучшению социально-экономического положения местного населения.

*Собственно запреты и ограничения должны предваряться положительной информацией, вызывающей если не восторг, то по крайней мере радость:*

Во время вашего пребывания на охраняемой территории вам наверняка встретятся быстрые реки и пенные водопады, прозрачные озера и голубые ледники, вы увидите удивительные растения и множество различных птиц. Чтобы сохранить все это богатство в первозданном виде, всего-то и надо, что соблюдать самим и не дать возможности нарушать другим ряд столь необходимых природе и совсем не сложных для вас ограничений.

***Сами запрещающие правила должны быть выражены в вежливой форме и обязательно содержать краткие пояснения типа:***

Пожалуйста:

– Не применяйте мыла или синтетических моющих веществ при пользовании природными водоемами. Там тоже есть своя жизнь, и дайте ей возможность развиваться в чистой среде.

– Не рубите деревья и кустарники, даже если они вам кажутся отжившими свой век. Их стволы и корни являются важным звеном среди всех компонентов ландшафта.

– Не разводите костры и не останавливайтесь на ночлег в непредусмотренных специально для этого местах. Этим вы можете нанести рану земле, и ее обитателям станет больно.

– Не поощряйте своими покупками незаконное производство товаров из редких и особо охраняемых видов флоры и фауны.

– Не засоряйте маршруты. Постарайтесь весь мусор (свой и чужой) вынести с тропы.

– Берите на память о природе тех мест, что вы посетили, только фотографии. Но при этом знайте, что на проведение профессиональной фото- и видеосъемок требуется специальное разрешение администрации охраняемой территории.

– Не оставляйте после себя надписи на камнях и деревьях. Такие автографы – нехорошая «память» на долгие времена.

– Ни при каких обстоятельствах и ни при какой погоде не оставляйте после себя непотушенных костров. Одна маленькая искорка – а может привести к великой беде.

– С уважением относитесь ко всем животным, будь то огромный медведь или маленькая ящерица, которые встретятся вам на маршруте. Не стоит пугать их громкими криками и тем более преследовать или ловить. Помните, что это не ваша, а их заповедная территория, и пусть им будет спокойно и безопасно жить на ней.

– По этой же причине не берите с собой в заповедник домашних животных. Здесь царство дикой природы, и они вряд ли поймут друг друга.

– Идя по тропе или находясь на стоянке, не создавайте лишнего шума, зря не кричите, не включайте магнитофон или радиоприемник. Лучше послушайте сами и дайте возможность другим услышать музыку леса: пение птиц, шелест листвы, журчание ручья.

*Если из правил есть исключения, обязательно надо их упомянуть и пояснить, чтобы у посетителей не оставалось чувства обделенности: кто-то нарушает правила, а «мы что – рыжие?»*

– Идя по маршруту, никогда не меняйте его трассы, согласованной с администрацией охраняемой территории и записанной в вашем пропуске. Единственное исключение – чрезвычайные обстоятельства.

– Не заготавливайте «дары природы», не собирайте лекарственные растения, не рвите цветы. Даже самые невзрачные. Даже для гербария. Пусть они растут и радуют не только вас, но и тех, кто придет после. И тех животных, жизнь которых неразрывно связана именно с этим растением, с этим цветком. Исключение – только для ученых-ботаников, да и то по специальному разрешению.

Особенно тщательно необходимо продумать текст, посвященный одной из главных проблем для всех охраняемых природных территорий – соблюдать движение только по тропам. Мы предлагаем свой вариант изложения такого правила:

– По возможности не сходите с тропы: вы можете нечаянно потревожить спрятавшегося в зарослях зверя, спугнуть птицу с гнезда или наступить на какую-нибудь букашку – и тем самым нарушить естественное равновесие в природной экосистеме.

*А заканчиваться свод правил должен обязательно добрыми словами посетителю, например:*

– По возвращении домой сформулируйте для себя, что вы получили в экологическом и культурном плане от посещения охраняемой территории. Поделитесь своими выводами с ее руководством, а также с руководителями тех организаций, которые были причастны к организации и проведению вашего путешествия.

Удачи Вам, радости познания и до новых встреч на наших тропах!

# ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

*Информационное пособие*

Подписано в печать 21.05.2012. Формат 60×84/8.  
Усл. печ. л. 35,34. Тираж 300 экз. Заказ № 4053.

Отпечатано в типографии издательства «ПринТерра-Дизайн»  
400005, г. Волгоград, пр-т им. В. И. Ленина, 88.  
Тел.: (8442) 23-87-01, 23-82-60, 23-32-81  
e-mail: mail@printerra.com