

Первый опыт разработки, продвижения экотуристских проектов на особо охраняемых природных территориях Курганской области

Кузнецова Светлана Николаевна, главный специалист отдела регулирования использования объектов животного мира управления по охране и использованию животного мира Департамента природных ресурсов и охраны окружающей среды Курганской области

Добрый день, уважаемые коллеги!

На сегодняшний день очевидна необходимость переориентации российского туристического комплекса с въездного на внутренний туризм. Сеть ООПТ Курганской области, представленная 99 памятниками природы и 18 государственными природными заказниками, обладает большим потенциалом для развития познавательного экологического туризма.

Приоритетным направлением в данной работе является создание интересных маршрутов, которые обеспечивают контролируемое общение туристов с природными объектами и их комплексами.

Первый экологический маршрут «Лесной Просвет» был разработан в 2011 году специалистами Департамента и ГКУ «Экофонд». В его программу включено посещение территории памятника природы регионального значения «Просветский дендрарий» и Музея леса. Маршрут сразу снискал популярность, прежде всего, среди детской аудитории, и по сегодняшний день представляет большой интерес для местных туристов и гостей нашей области. Так, с начала этого года маршрут посетило более 900 человек.

В этом году разработан новый туристский маршрут «Экологическая тропа» на территории Белозерского государственного природного зоологического заказника регионального значения. Выбранная форма маршрута – экологическая тропа как нельзя лучше позволяет экскурсантам воочию познакомиться с природными сообществами уникальной «заказной» территории, узнать много нового об охраняемых видах животных.

Остановимся более подробно на основных этапах проектирования данного маршрута.

Все государственные природные заказники в области образованы без изъятия земель у собственников, арендаторов и землепользователей. На территории заказника действует один арендатор лесного участка, с которым предварительно было заключено соглашение о взаимодействии. Проект создания тропы был поддержан Главой муниципального образования.

Перед разработкой проекта было проведено тщательное обследование территории специалистами экологами и охотоведами. В результате был определен маршрут, его протяженность, составлен перечень всех природных достопримечательностей (старовозрастные деревья, участки ландшафта с типичными биоценозами, деревья, являющие местами гнездования птиц, смотровые площадки, бобровые поселения), зафиксированы их географические координаты, на местности запланированы биотехнические объекты с нанесением на карто-схему предполагаемых мест их размещения.

На первом этапе проектирования ставилось несколько задач. Главная - заключалась в том, чтобы как можно меньше нарушить природный ландшафт. Поэтому тропа проложена по существующей лесной дороге, что предотвращает деградацию почвы и растительных сообществ особо охраняемой природной территории. Искусственно созданные демонстрационные объекты проектировались в зоне хорошей видимости с тропы, при этом должны были гармонично вписываться в окружающий природный ландшафт.

Вторая задача, которая стояла перед проектировщиками, – комфортность пребывания на маршруте. Для ее решения были предусмотрены места отдыха – беседки на входе и выходе из маршрута, определены места сбора мусора и туалетов.

Третья задача – информационная обеспеченность маршрута. На всем его протяжении планировалась установка указателей и информационных стендов, благодаря которым маршрут должен был стать доступным любому путешественнику, даже без услуг экскурсовода.

Для того, чтобы маршрут стал объектом самопродвижения и саморекламы проектом были определены смотровые площадки, на которых экскурсанты могли бы сделать качественные пейзажные, а также групповые и индивидуальные фотоснимки.

На втором этапе проектирования началась работа по определению заинтересованной в маршруте аудитории. Опираясь на статистические данные о категориях туристов, посетивших действующий маршрут «Лесной Просвет», была установлена основная целевая аудитория – это учащиеся школ Курганской области. Подобные экскурсионные маршруты в природных условиях родного края играют огромную роль в экологическом образовании подрастающего поколения.

Исходя из потенциальной аудитории посетителей маршрута, в проекте был представлен информационный блок сопровождения экскурсии, разработанный для трех категорий экскурсантов:

- старшие школьники и взрослые;
- младшие школьники (начальная школа);
- учащиеся с углубленным изучением биологии (профильные классы).

Таким образом, маршрут на сегодняшний день является универсальным турпродуктом, предназначенным для разных возрастных групп с различным уровнем подготовки.

2. Обустройство маршрута.

Обустройство маршрута - самая трудоемкая и длительная часть работы по созданию турмаршрута. За два месяца специалистами администрации заказчиков - ГКУ «Экофонд» при содействии действующего арендатора лесного участка была проведена расчистка пешеходной части от всех препятствий, нависающих деревьев до высоты двух метров, но при этом избегалась рубка старовозрастных дуплистых деревьев.

Были построены две беседки, 26 демонстрационных биотехнических объектов, таких как, кормушки для диких копытных, зайца-беляка, серой куропатки, кормовые столики и порхалища для боровой дичи, солонцы, дуплянки для сов, гоголятники и другие; установлено 2 картосхемы, 13 информационных стендов, проведен капитальный ремонт моста через реку Боровлянка.

3. Продвижение проекта или маркетинг экологического туризма.

Информационно-рекламная компания по продвижению нового туристического продукта началась с момента разработки проекта. Проект создания маршрута был представлен на Областной конкурс «Лучший туристический маршрут по Курганской области 2015», который был организован Управлением физической культуры спорта и туризма Курганской области. В итоге проект получил специальный приз в номинации «Лучший экологический проект» и денежный сертификат на издание печатной рекламной продукции.

В целях анонсирования нового маршрута использовались методы сетевой Интернет-рекламы. Так, администрацией заказчиков – ГКУ «Экофонд» разработан и запущен официальный сайт, на котором постоянно размещался информационный материал о подготовке нового туристского маршрута. Кроме того, его продвижение осуществлялось с помощью социальных сетей, в частности в социальной сети «В контакте».

Средства массовой информации представляют важнейший инструмент в информационно-рекламной работе. В целом технология работы с представителями СМИ хорошо известна и успех дела зависит не столько от эффективности организации

этой работы, сколько от искусства самим работников ООПТ и таланта журналистов. В нашем случае на предварительном этапе мы считали более важным подготовить пресс-релизы с привлекательным, эмоционально насыщенным материалом.

Торжественное открытие – стало очередным этапом в маркетинговой компании по продвижению нового турпродукта. Открытие Экологической тропы было приурочено к началу учебного года и состоялось 2 сентября. На данное знаковое мероприятие были приглашены не только учащиеся, но и представители СМИ, туроператоров города Кургана и общественных организаций. В целях освещения торжественного открытия был подготовлен ряд телесюжетов и статей в городских и областных средствах массовой информации. Важно отметить, что в выпущенных информационных материалах содержался не только анонс нового маршрута, но и сведения об общей экологической ситуации заказника, экологичности предлагаемых услуг.

Для привлечения партнеров по развитию туризма организована и проведена презентация нового маршрута для представителей туроператоров. В целях взаимовыгодного партнерства заключены соглашения на предоставление туристических услуг.

На сегодняшний туристский маршрут «Экологическая тропа» посетили 630 человек самых разных возрастных групп. Авторский надзор за информационным сопровождением экскурсий осуществляет администрация заказников — ГКУ «Экофонд».

Формируя информационное содержание маршрута и рекламную компанию, направленную на его продвижение, в наши приоритеты входило два основных условия. Первое условие было связано с тем, что призывы общего характера, такие как «берегите, охраняйте, не вредите», почти не достигают цели. Другое дело, если рекламируется вполне тривиальное понятие, что каждый человек это часть природы, поэтому ее сохранение будет полезно не только природе, но и непосредственно ему самому. Затронув личные интересы потребителя рекламы в общем природоохранном контексте рекламного обращения, легче достичь цели.

4. Перспективы развития данного проекта.

Известно, что спрос на экологические туры отличается выраженными сезонными колебаниями и наличием так называемого феномена насыщения. Чтобы привлечь туристов, уже побывавших на экологическом маршруте, им необходимо предложить видоизмененную и совершенно новую программу. В связи с этим в настоящее время ведутся разработки новых форм представления туристского маршрута:

1. Проведение уроков зоологии и экологии.
2. Практикума для учащихся с углубленным изучением биологии «Проведение учета бобра речного».
3. Проведение семинара для охотпользователей «Биотехнические мероприятия в охотничьих угодьях, виды и нормативы».

Первоочередными задачами в области развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях регионального значения являются:

1. Разработка программы мониторинга окружающей среды в районе эксплуатируемого туристского маршрута в целях наблюдения за состоянием отдельных ее компонентов и оперативного выявления негативных факторов от туристской деятельности.

2. Планирование и разработка новых комплексных экологических туров, объединяющих территории разных категорий ООПТ регионального значения - государственного заказника и памятников природы. Так, например, разрабатываются познавательные маршруты по территориям Петуховского государственного природного зоологического заказника, памятников природы «Озеро Медвежье» и «Вишнево-Островная дача».