

УО «Белорусский государственный экономический университет»

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТУРЫ: РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Учебно-практическое пособие

Минск 2011

УДК 338.48-6:502/504

ББК 65.443.5

Э40

Авторы: *И.В. Абрамова, В.И. Бойко, Н.В. Борсук, В.К. Карпук, А.Д. Панько*

Рецензент кандидат биологических наук, доцент *А.И. Зарубов*

Экологические туры: разработка и продвижение :
Э40 учеб.-практ. пособие / И.В. Абрамова [и др.]. – Минск :
БГЭУ, 2011. – 166 с.

ISBN 978-985-484-799-3.

Содержит материалы по созданию и продвижению туристических туров экологической направленности. Приводятся предпосылки развития экологического туризма, описаны подходы к трактовке понятия «экотуризм». В пособии имеется материал по природным рекреационным ресурсам Брестской области. Рассматриваются вопросы организации экологических туров, создания экологических троп, разработки природоведческих экскурсий. Описаны система и методы продвижения туристического продукта.

Для студентов географических, экономических и экологических специальностей.

УДК 338.48-6:502/504

ББК 65.443.5

ISBN 978-985-484-799-3

УО «Белорусский государственный
экономический университет», 2011

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.	5
Глава 1 ОСНОВЫ ЭКОТУРИЗМА	8
1.1 Предпосылки зарождения и развития экотуризма. Концепция устойчивого развития современного туризма	8
1.2 Определение экотуризма	13
1.3 Направления экотуризма	20
1.4 Виды экотуризма	26
1.5 Классификация экотуров	29
1.6 Целевые группы туристов	30
1.7 Основные принципы экотуризма	33
Глава 2 ПРИРОДНЫЕ РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ	40
2.1 Понятие природных рекреационных ресурсов	40
2.2 Природные рекреационные ресурсы Брестской области	48
2.2.1 Минеральные ресурсы	48
2.2.2 Климатические ресурсы	50
2.2.3 Водные ресурсы	63
2.2.4 Ресурсы растительности	73
2.2.5 Фаунистические ресурсы	80
2.2.6 Особо охраняемые природные территории и памятники природы	87

Глава 3 ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТУРЫ	91
3.1 Организация экологических туров	91
3.1.1 Анализ ресурсов и оценка спроса	91
3.1.2 Разработка пакета услуг экологического тура	95
3.1.3 Понятие о заказных или инклюзив-турах	97
3.1.4 Требования к проектируемой экотуристской услуге	99
3.1.5 Экологический туристический поход как пример экотура	101
3.2 Экологические тропы	105
3.2.1 Понятие экологической тропы	105
3.2.2 Классификация экологических троп	106
3.2.3 Выбор маршрута экологической тропы	108
3.2.4 Структура экологической тропы	110
3.2.5 Информационное насыщение экологической тропы	113
3.2.6 Опыт создания экологических троп в ООПТ Беларуси	114
3.3 Подготовка новой природоведческой экскурсии	124
Глава 4 ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА (ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРА)	143
4.1 Система продвижения туристического продукта как элемент общей стратегии маркетинга	143
4.2 Методы продвижения туристического продукта	148

ВВЕДЕНИЕ

*Не то, что мните Вы, природа:
Не слепок, не бездушный лик –
В ней есть душа, в ней есть свобода,
В ней есть любовь, в ней есть язык...*

Ф. И. Тютчев

Последние десятилетия ознаменовались интенсивным развитием туризма и рекреационной сферы, что обусловлено экономическими, экологическими и социальными потребностями общества. Экономическую составляющую определяют высокая прибыльность данного направления деятельности, возможность получения инвестиций при открытии бизнеса, небольшие затраты при открытии новых рабочих мест; экологическую – необходимость восстановления здоровья, жизненных сил людей в экологически чистых условиях через уменьшение опасного жизненного пространства; социальную – рост численности населения планеты, его культурного уровня, благосостояния, расширения диапазона потребностей, которые включают стремление к здоровому образу жизни, активному полноценному отдыху.

Туризм в наши дни – составляющая часть большого бизнеса. Каждый год в путешествие за границу отправляется около 700 млн. человек. Кроме того, около 2,3 млрд. человек проводят отпуск в своей стране. По оценкам ВТО, доходы отрасли от международного туризма в 2009 г. составили в общей сложности 853 млрд. долл. США. При этом люди начинают все чаще задумываться об экологических последствиях путешествий. Экологический туризм охватывает, по оценкам специалистов ВТО, около 12% туристского рынка при темпах роста в 2–3 раза превышающих темпы роста всей индустрии туризма. Ежегодно на нужды экотуризма производится товаров и услуг на сумму 55 млрд. долларов, что составляет 25% междуна-

родной торговли в сфере услуг и 12% валового мирового продукта. Доля экотуризма в общем объеме международного туризма различна для разных стран и регионов и колеблется в среднем от двадцати процентов до шестидесяти, в зависимости от конкретного региона. Среди принимающих стран лидируют Лаос, Кения, Танзания, Эквадор, Коста-Рика, Непал, Австралия, Новая Зеландия и ЮАР. В развитых странах Европы и США экотуристы часто путешествуют по своим странам.

Организация Объединенных Наций объявила 2002 г. «Годом экологического туризма». На Всемирном саммите по экотуризму в Квебеке (Канада, 19–22 мая 2002 г.), который был организован совместно с Программой ООН по окружающей среде (ЮНЕП / UNEP), была принята Квебекская декларация по экотуризму, содержащая 49 специальных рекомендаций по устойчивому развитию и управлению экотуризмом.

Рекреационная сфера имеет ярко выраженную природно-ресурсную ориентацию. Природные рекреационные ресурсы определяют ее территориальную ориентацию, направления специализации, что формирует туристические потоки, уровень эффективности работы рекреационных зон. Беларусь – привлекательная страна для всех видов «зеленых» путешествий. Наша страна выделяется среди стран Восточной Европы природным и культурным богатством. Туристы могут посетить участки реликтового первобытного леса, массивы нетронутых низинных и верховых болот, многочисленные реки, живописные озера. В живописных деревнях сохранилась уникальная традиционная архитектура, живут дружелюбные, открытые, гостеприимные люди.

С целью развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях Министерством природы и природных ресурсов Республики Беларусь при разработке проекта Государственной программы развития системы особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь на 2008–2014 гг. включен раздел «Создание условий для развития туризма на ООПТ».

К основным направлениям развития экологического туризма в Республике Беларусь относятся: организация экологических образовательных туров для школьников и студентов в соответствии с учебными программами; фотоохота на редких животных и птиц, находящихся в естественных условиях; организация туристских походов в нетронутые уголки природы; туры по болотам, озерным и речным водным экосистемам; туры по лесным экосистемам; посещение особо охраняемых природных территорий.

В области развития экотуризма в Беларуси велика роль общественных организаций: «Агро- и экотуризм» и «Отдых в деревне», «Экодом», «Экологическая инициатива», «Ахова птушак Бацькаўшчыны», «Экопроект» и др., которые занимаются активной пропагандистской деятельностью в области экотуризма, осуществляют регулирование, планирование и координацию экотуризма в Беларуси.

Данное пособие подготовлено и издано для поддержания учебного процесса в вузах Республики Беларусь, в соответствии с новыми кредитно-модульными учебными планами, подготовленными в рамках проекта Европейской комиссии 144522 TEMPUS-2008-DE-JPCR «MIBET» «Модернизация и внедрение бизнес-образовательных программ для подготовки специалистов в туристической индустрии Республики Беларусь».

Проект финансировался при поддержке Европейской комиссии. Только авторы несут ответственность за содержание этой публикации; Европейская комиссия не несет ответственности за дальнейшее использование приведенной в данном пособии информации.

Авторы: глава 1 – И.В. Абрамова, В.И. Бойко; глава 2 – В.К. Карпук; глава 3 – И.В. Абрамова, А.Д. Панько, глава 4 – Н.В. Борсук.

Глава 1 ОСНОВЫ ЭКОТУРИЗМА

1.1. Предпосылки зарождения и развития экотуризма. Концепция устойчивого развития современного туризма

Зарождению и развитию экологического туризма предшествовали различного рода предпосылки. Среди них ведущую роль занимает усиливающаяся из-за массовости туризма антропогенная нагрузка на природные и культурно-исторические туристские ресурсы. Эта нагрузка возрастает прямо пропорционально темпам роста туристских посещений.

Негативное влияние массового туризма на окружающую среду и туристские ресурсы были отмечены исследователями уже в 1970-е годы. В настоящее время антропогенный прессинг наблюдается практически во всех направлениях туристской индустрии (сокращается протяженность туристских водных маршрутов по рекам, озерам и морям, возросла площадь поврежденных лесов и т.д.).

В результате глобализации мирового хозяйства росли и негативные изменения в географической оболочке Земли (Храбовченко, 2003):

- неконтролируемый прирост населения и усиление неравенства в социально-экономическом развитии;
- увеличение загрязнения воздуха, воды, почвы;
- климатические изменения;
- деградация почв и земель;
- разрушение экосистем и уменьшение биоразнообразия;
- природные бедствия, вызванные деятельностью человека;

- продовольственная безопасность и нарастание угроз здоровью населения;

- ограниченность запасов энергии и других видов природных ресурсов.

Актуализация проблем повлекла проведение конференций и совещаний, посвященных рациональному использованию природных и культурно-исторических туристских ресурсов. Итогом многолетних исследований стала разработанная в 1996 г. ВТО, Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC), организацией «Зеленый мир» **концепция устойчивого развития туризма** в XXI веке: «Agenda 21 for travel and tourism industry». Документ адресован национальным администрациям по туризму, туристским, торговым организациям, а также потребителям туристских услуг. Концепция базируется на «Повестке дня 21 для индустрии туризма и путешествий» – всесторонней программе действий, принятой 182 правительствами на Конференции ООН по окружающей среде и развитию (UNCED) 14 июня 1992 г.

Под устойчивым развитием понимается процесс, происходящий без нанесения ущерба туристским ресурсам. Это достигается таким управлением ресурсами, при котором они могут возобновляться с той же скоростью, с какой используются, либо переходом с медленно возобновляемых ресурсов на быстро возобновляемые.

В «Повестке дня 21» содержатся следующие **положения**:

- констатируется, что индустрия путешествий и туризма заинтересована в защите естественных и культурных ресурсов, которые являются ядром туристского бизнеса;

- подчеркивается важность координации совместных усилий правительств, индустрии и неправительственных организаций для создания стратегии долгосрочного развития;

- перечисляются области приоритетных действий с определенными целями и шагами для их достижения.

- указывается на важность партнерства между правительством, промышленностью и неправительственными организациями, анализируется стратегическая и экономическая важность путешествий и туризма, демонстрируются огромные выгоды от создания жизнеспособной туристской индустрии.

Документ призывает использовать в развитии туризма следующие **принципы**:

- путешествия и туризм должны помочь людям в достижении гармонии с природой;

- путешествия и туризм должны внести свой вклад в сохранение, защиту и восстановление экосистем;

- путешествия и туризм должны основываться на жизнеспособных моделях производства и потребления;

- политика протекционизма в торговле путешествиями и туристскими услугами должна быть частично или полностью изменена;

- защита окружающей среды должна составлять неотъемлемую часть процесса развития туризма;

- проблемы развития туризма должны решаться с участием заинтересованных граждан (местных жителей), с планированием решений, принимаемых на местном уровне;

- государства должны предупреждать друг друга относительно естественных бедствий, которые могут затрагивать непосредственно туристов или туристские сферы;

- путешествия и туризм должны способствовать созданию рабочих мест для женщин и местных жителей;

- развитие туризма должно обеспечивать и поддерживать культуру и интересы местных народов;

- должна базироваться на международном праве в сфере защиты окружающей среды индустрия туризма и путешествий.

Были очерчены девять областей приоритетных направлений работы национальных администраций по туризму:

1. Оценка вместимости существующей туристской инфраструктуры в целях обеспечения жизнеспособного туризма.

2. Оценка экономических, социальных, культурных и природных составляющих развития туристических организаций.

3. Обучение, образование и общественное понимание процессов устойчивого развития.

4. Планирование жизнеспособного развития туризма.

5. Обмен информацией, опытом и технологиями жизнеспособного туризма между развитыми и развивающимися странами.

6. Обеспечение участия в процессе развития всех секторов общества.

7. Разработка турпродуктов с соблюдением принципов устойчивого развития в их основе, как неотъемлемой части процесса развития туризма.

8. Измерение прогресса достижения жизнеспособного развития на местном уровне.

9. Партнерство во имя жизнеспособного развития.

Для туристских компаний сформулированы 10 задач:

1) минимизация, повторное использование и рециркуляция процесса использования природных туристских ресурсов;

2) сохранение и управление используемой энергией;

3) управление ресурсами пресной воды;

4) управление сточными водами;

5) управление опасными веществами;

6) управление транспортом и транспортировкой;

7) планирование и управление использования земли;

8) вовлечение работников, клиентов, местных жителей в решение проблем окружающей среды;

9) разработка проектов устойчивого развития;

10) партнерство во имя жизнеспособного развития.

Всесторонняя программа действий "Повестка дня 21" предшествовала появлению официальных международных деклараций по экологическому туризму:

- Программа UNEP по окружающей среде (1995 г.),
- «Хартия устойчивого туризма ЮНЕСКО» (Ланцарот, 1995 г.),
- «Севильская стратегия для биосферных резерватов», ЮНЕСКО (1995 г.),
- «Декларация устойчивого развития туризма» (принята министрами туризма и охраны природы Азиатско-тихоокеанского региона в 1997 г.),
- «Берлинская декларация — биологическое разнообразие и устойчивый туризм» – наиболее важная инициатива. Подписана по инициативе Федерального Министерства Германии по окружающей среде на Междуна-

родной туристической бирже (ITB) в 1997 г. министрами 18 стран. 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",

- Принципы экологически устойчивого туризма UNEP (2000 г.)

Принципы устойчивого развития туризма нашли отражение и в Глобальном этическом кодексе туризма. В преамбуле к документу говорится, что "торжественно принимая его, представители мировой туристской индустрии, делегаты государств, территорий, предприятий, учреждений и организаций – членов ВТО, имеют своей целью содействие развитию ответственного, устойчивого и общедоступного туризма в рамках реализации права на отдых и путешествия при уважении общественного выбора всех народов и выражают желание способствовать установлению справедливого, ответственного и устойчивого мирового туристского порядка, который будет приносить выгоды всем секторам общества в условиях открытой и конкурентной мировой рыночной экономики". Проблемы устойчивого развития особенно актуальны для уникальных природных объектов и явлений, природных резерватов, вовлеченных в туризм.

Разнообразием подходов к анализу экотуристской деятельности отличаются зарубежные научные школы экотуризма. Можно выделить 4 школы – американскую, австралийскую, немецкую, мексиканскую. Концепции экологического и устойчивого туризма нашли отражение в работах Н. Ceballos-Lascurain, E. Boo, J. Krippendorf, Epler Wood, P. Jonsson, K. Lindberg, D. Hawking, T. Whelan, I. Mose, B. Steck, P. Valentine, К.-Н. Rochlitz, D. Kramer, W. Strasdas, G. Wallace, K. Ziffer, P. Hasslacher, D. McLaren, D. Western, N. Ward, P. Wight и др.

Разработкой концепции экологического туризма занимаются многие ведущие российские специалисты – географы, экономисты, экологи, биологи, психологи. В частности, наиболее известны работы А.В. Дроздова, Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралевой, Т.К. Сергеевой, Т.В. Бочкаревой, В.П. Чижовой, В.Б. Степаницкого, И.Н. Панова, А.И. Эйтингона, В.В. Храбовченко.

В Республике Беларусь основоположником исследований в области экологического туризма является И.И. Пирожник, работающий в сфере рекреационной географии. Известны работы С.М. Плыткевича, А.И. Тарасенка, Д.И. Решетникова и др.

1.2. Определение экотуризма

По частоте упоминания в различных контекстах лишь немногие понятия могут сравниться с термином «экологический туризм».

Существует мнение, что впервые термин «экотуризм» был использован Миллером в 1978 г. как обозначение одного из вариантов устойчивого развития туризма. Есть утверждения, что понятие «ecotourism» было впервые использовано еще в 1965 г. исследователем Хетцером. Однако большинство исследователей сходится на мысли, что данный термин впервые был упомянут мексиканским экономистом-экологом Гектором Цебаллосом-Ласкурейном (Ceballos-Lascurain) в одной из его работ в 1983 г. В его первоначальной формулировке *экотуризм* – это путешествия в относительно нетронутые уголки природы для знакомства и изучения природы, образцов дикой флоры и фауны, а также культурных достопримечательностей, расположенных на данных территориях. В 1993 г. первоначальное определение было пересмотрено автором. В окончательной формулировке исследователя *экотуризм* – это экологически ответственные путешествия по относительно ненарушенным природным территориям с целью знакомства и изучения природы и сопутствующих культурных достопримечательностей, способствующие сохранению окружающей среды, наносящие минимальный ущерб природе и создающие социально-экономические выгоды для местного населения путем их активного вовлечения в туристский процесс. В 1996 г. данное определение было утверждено Международным союзом охраны природы.

"Экотуризм" – сокращенный вариант словосочетания "экологический туризм", использование которого не совсем верно с точки зрения экологии как науки.

Экотуризм сегодня – это комплексное, междисциплинарное направление, обеспечивающее взаимосвязь интересов туризма, охраны природы и культуры, и его роль может быть весьма существенна.

Многочисленные определения экотуризма можно объединить в две группы. В одних случаях имеются в виду путешествия, предпринимаемые в нетронутые цивилизацией уголки природы: экотуризм – "путешествия к относительно неискаженным или незагрязненным областям с уникальными природными объектами для восхищения и наслаждения пейзажем, дикорастущими растениями и дикими животными, а также любыми культурными проявлениями в этих областях". В других случаях – это усилия по поддержанию экологического равновесия в природе: экотуризм – "природный туризм, который включает изучение природной и культурной окружающей среды и служит для улучшения обстановки в этой среде".

Приведем некоторые определения.

Экотуризм – ответственное путешествие в природные зоны, области, сохраняющее окружающую среду и поддерживающее благосостояние местных жителей (Международная организация экотуризма TIES).

Экотуризм – это природно-ориентированный туризм, включающий программы экологического образования и просвещения и осуществляемый в соответствии с принципами экологической устойчивости (Национальная Стратегия экотуризма Австралии, 1992).

Экологический туризм – это целенаправленные путешествия в природные территории с целью более глубокого понимания местной культуры и природной среды, которые не нарушают целостность экосистем, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей (Общество Экотуризма Ecotourism Society, 1994).

Экотуризм – это экологически устойчивая форма природного туризма, ориентированная прежде всего на жизнь в дикой природе и познание ее, организуемая в соответствии с этическими нормами таким образом, чтобы свести к минимуму воздействие на окружающую среду, потребление и затраты, и ориентированная на местный уровень (с точки зрения контроля, преимуществ и масштабов). Обычно такая форма туризма развивается на охраняемых территориях и призвана вносить вклад в сохранение этих территорий (Fennell D., 1999).

Экотуризм – плановый и организованный туризм, в котором сливаются воедино наслаждение природой и познание живых существ в их взаимоотношении с окружающей средой. Этот вид деятельности не ведет к ухудшению окружающей среды, поддерживает и содействует охране природных ресурсов, создает экономические преимущества, достигающие большей части социальных групп местного населения и способствующие устойчивому «горизонтальному» развитию. Более того, настоящий экотуризм несет с собой справедливость для людей и для природы (Evans-Pritchard D., Salazar S., 1992).

Экотуризм – это природный туризм, способствующий охране природы (Всемирный Фонд дикой природы, 1990).

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».

Таблица 1.1 – Недостатки некоторых определений экотуризма (Храбовченко, 2003)

Определение	Недостатки
Посещение национальных парков и других природных объектов с целью наблюдения и получения наслаждения от видов растений, животных, а также местной культуры	Не учитываются интересы местных жителей, не сохраняется экосистема
Познавательное путешествие, обогащающее знания о природе, помогающее сохранить экосистему, при этом оставляя нетронутыми обитателей природной среды	Проявление неуважения к интересам местных жителей

Ответственный туризм, сохраняющий естественные природные объекты и улучшающий благосостояние местного населения	Исключает познание туристами природы
Туризм, который включает путешествие в относительно нетронутые местности, с целью исследования и наслаждения пейзажем, дикими животными и растениями, а также памятниками культуры.	Не учитываются интересы местных жителей, не сохраняется экосистема
Туризм, который основан на сравнительно нетронутой природной среде, не является разрушающим, осуществляется в режиме адекватного менеджмента, способствует продолжительной защите и управлению охраняемыми территориями	Проявление неуважения к интересам местных жителей
Туризм, чувствительный к окружающей среде	Проявление неуважения к интересам местных жителей, не сохраняется экосистема
Путешествие с целью понимания культуры и истории природы, извлечения экономической выгоды, в то же время не затрагивающее экосистему	Проявление неуважения к интересам местных жителей

Наташа К. Вард подразделяет существующие определения экотуризма на пассивные и активные. К числу первых она относит определение М. Майя: "Экотуризм координирует, помогает и стимулирует использование культурных и природных туристских ресурсов, признавая важность сохранения местного культурного наследия и природных ресурсов области (региона) для местного населения и будущих туристов".

Примером "активного определения" может служить мнение Международного общества выживания: "Экотуризм поощряет главенство интересов местных жителей в туристском освоении территории, защищает местную флору и фауну и обеспечивает местных жителей экономическими стимулами сохранять окружающую среду".

Для более глубокого понимания этого вида путешествий приведем 10 заповедей экотуриста, сформулированных TIES:

- 1) помнить об уязвимости Земли;
- 2) оставлять только следы, уносить только фотографии;
- 3) познавать мир, в который попал: культуру народов, географию;
- 4) уважать местных жителей;
- 5) не покупать изделия производителей, подвергающих опасности окружающую среду;
- 6) всегда следовать только протоптанными тропами;
- 7) поддерживать программы по защите окружающей среды;
- 8) где возможно, использовать методы сохранения окружающей среды;
- 9) поддерживать (патронировать) организации, содействующие защите природы;
- 10) путешествовать с фирмами, поддерживающими принципы экотуризма.

Созвучно заповедям экотуриста составлена памятка для пассажиров авиакомпании "British Airways", следующих на отдых (British Airways Worldwide):

- никогда не покупайте изделия из слоновой кости или аналогичные предметы, изготовленные из редких животных;

- старайтесь активнее потреблять услуги и продукцию местного производства. В этом случае Вы приносите прибыль местному населению и вносите вклад в развитие местной экономики;

- не беспокойте животных и не повреждайте растения. Всегда забирайте с собой Ваш мусор – бутылки, банки, пластик, так как они могут стать причиной гибели диких животных;

- будьте особенно осторожными с коралловыми рифами. Помните! Кораллы – это живые организмы, которые легко повредить при прикосновении;

- многие страны работают над проблемой защиты окружающей среды. Вы можете поддержать их в этом, посещая памятники, музеи, национальные парки;

- не молчите, если Вы столкнулись с проблемой охраны окружающей среды, выскажите свое отношение к ней;

- старайтесь не беспокоить обитателей живой природы, не нарушать их естественный образ жизни или среду обитания;

- в заповедниках и национальных парках передвигайтесь только по дорогам и трассам, чтобы не повредить растительность.

- будьте внимательны во время курения – непотушенная сигарета может стать причиной пожара.

Шведским агентством по защите окружающей среды были приняты 10 принципов устойчивого туризма:

1. Неистощительное, устойчивое использование природных ресурсов.
2. Сокращение избыточного потребления и отходов.
3. Обеспечение сохранения природного, социального и культурного разнообразия.
4. Тщательное планирование, комплексный подход, интеграция эко-туризма в планы регионального развития.
5. Поддержка местных экономик.
6. Участие местного населения в развитии туризма и разделение ими финансовых и других преимуществ от этой деятельности.
7. Консультирование заинтересованных лиц и общественности.
8. Обучение персонала.
9. Ответственный маркетинг туризма.
10. Постоянные исследования, контроль и мониторинг сферы туризма.

В.В. Храбовченко (2003) выделяет три основных компонента экотуризма:

1) "познание природы", т.е. путешествие предполагает наличие элементов изучения природы, получения туристами новых знаний, навыков;

2) "сохранение экосистем" подразумевает не только соответствующее поведение группы на маршруте, но и участие туристов, туроператоров в программах, мероприятиях по защите окружающей среды;

3) "уважение интересов местных жителей" – не только соблюдение местных законов и обычаев, но и вклад туризма в социально-экономическое развитие туристских дестинаций. «Искусство быть путешественником – искусство быть хорошим гостем».

При отсутствии хотя бы одного из этих компонентов нечего и говорить об экотуризме.

Экотуризм включает в себя *три ключевых критерия*: основные привлекающие туристов достопримечательности являются природными (например, флора, фауна, геологические особенности), при этом следующим по значимости компонентом являются особенности культурной среды; акцент делается на изучении и понимании ресурсов как таковых, и деятельность туристов и других участников оказывает мягкое воздействие на физическую и культурную среду в посещаемом регионе. Экотуризм должен быть взаимосвязанным с понятием устойчивого туризма, не превышая рекреационную емкость посещаемых территорий, будучи приемлемым для местных сообществ и поддерживая их

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 (рис. 1.1).

Экотуризм является важным компонентом устойчивого развития природных территорий. 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 К. 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

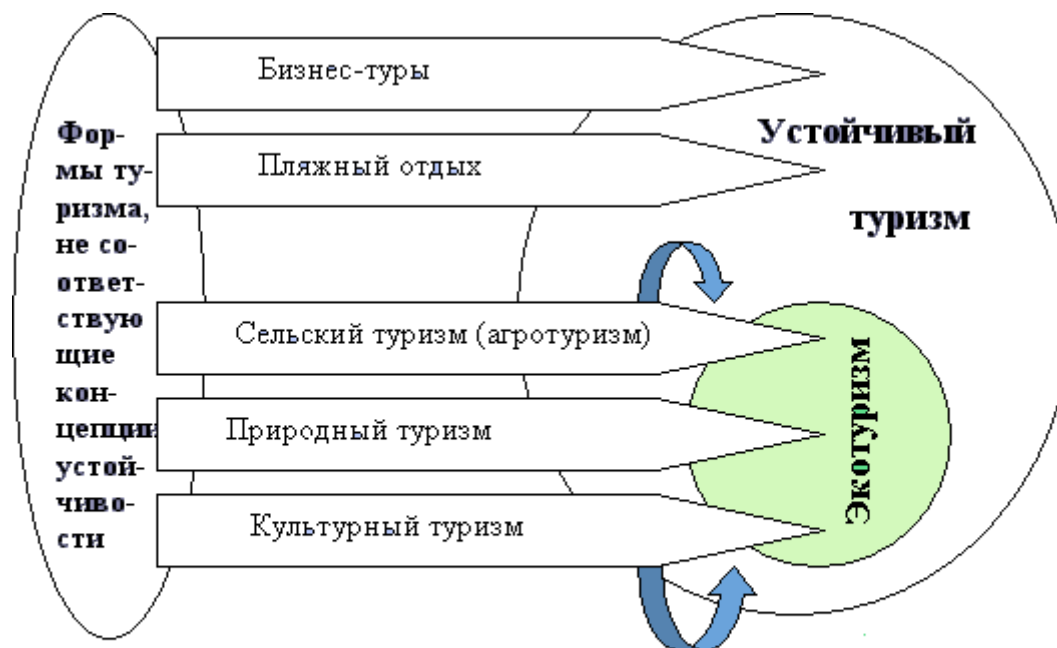


Рисунок 1.1 – Экотуризм как часть устойчивого туризма

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.

1.3 Направления 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 рельеф, воды, растительность и диких животных, ландшафты (Nealy, 1998). Природный туризм – это форма путешествия на нетронутые деятельностью человека территории, в которой главной побуждающей причиной посещения этих мест является изучение и непосредственное восприятие природы и природных явлений (Страсдас, 2002).

В отличие от туризма экологического, понятие «природный туризм» основывается лишь на мотивации туристов (отдых в дикой природе, зна-

комство с ней) и характере их деятельности (сплавы, треккинг и т.п.) и не учитывает экологическое, культурное и экономическое воздействие таких путешествий¹. 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.). Природный туризм – это не концепция, а конкретные виды туризма, воздействие которых на окружающую среду может быть различным.

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.

Биотуризм – это вид познавательного туризма, цель которого – наблюдение диких видов в их естественной среде обитания (в том числе birdwatching, в переводе с англ. «наблюдение за птицами»). В условиях Беларуси целесообразно развивать туры, направленные на наблюдение как можно большего количества диких видов в природе (с акцентом на наиболее интересные виды), и специализированные фототуры (с целью фотосъемки уникальных объектов в естественных условиях). Большинство туристов, которые отправляются в биологический тур, являются подготовленными к восприятию информации: зрительной, звуковой, описательной (способны идентифицировать виды в природе, оценить их уникальность, привлекательность программы, подготовку гидов и др.). На лидирующих позициях в плане развития биологического туризма находятся страны Скандинавии, в первую очередь Швеция. Для нашей страны основным рынком для привлечения подобного рода туристов – это страны Западной Европы (Великобритания, Голландия, Франция, Германия и Бельгия).

Экотуризм – это более комплексная концепция, подразумевающая неистощительное использование и сохранение биоразнообразия для буду-

¹ Нередко экотуризм связывают с **приключенческим туризмом** (adventure tourism). С одной стороны, экологический туризм не всегда подразумевает приключенческий компонент, с другой, не все приключенческие туры соответствуют экологическим критериям, особенно в аспекте устойчивого использования ресурсов.

щих поколений, планирование и управление туристической деятельностью; помимо интересов туристов, он подразумевает достижение общественных целей (Ziffer, 1989). Неотъемлемый компонент экотуризма – взаимодействие с местным населением, создание более благоприятных экономических условий в посещаемых районах.

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. Они 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).

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, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, национальной кухней, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях. В Беларуси с целью развития сельского туризма в 2002 г. было создано общественное объединение «Агро- и экотуризм», в 2003 г. была создана республиканская общественная организация «Отдых в деревне». Общественное объединение «Агро- и экотуризм» принимало участие в разработке Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2006 – 2010 гг., Закона РБ «О туризме» и Указа Президента Республики Беларусь № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь». С участием этих организаций в республике реализовано более 20 международных проектов в области агроэкотуризма и устойчивого развития. Организовано обучение в области экотуризма: проведение семинаров для заинтересованных в развитии сельского туризма, тренингов, встреч с

экспертами. Для хозяев усадеб разработана трехуровневая образовательная программа «Лаборатория сельского туризма» с использованием местного опыта и лучших зарубежных методик и практик, учитывающих наиболее актуальные для развития сельского туризма аспекты. С целью популяризации концепции экологического туризма в Беларуси, Продвижения услуг экотуризма в сельской местности на туристском рынке в нашей стране и за границей был издан ряд буклетов и методических пособий по сельскому туризму, созданы специализированные сайты (www.ruralbelarus.by, www.greenbelarus.com, www.greenways.by). Общественные объединения осуществляют поддержку развития традиционных белорусских ремесел и промыслов, помощь в организации кулинарных фестивалей («Мотальскія прысмакі» в деревне Мотоль Ивановского района Брестской области, «Смачна есці!» в Лепеле, Витебская область, «Дары леса» в Заборье Росонского района Витебской области).

Зеленый туризм (*green tourism*) подразумевает применение в туристической индустрии экологичных 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 г. Р. Юнгк. Обычно мягкий туризм противопоставляется жесткому (таблица 1.2), 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.

Зеленые маршруты (*Greenways*) – новая для Беларуси концепция экотуризма. Зеленые маршруты – это многофункциональные туристские маршруты для передвижения по ним немоторизированными транспортными средствами, пролегающие вдоль природных коридоров, исторических торговых путей, рек и железных дорог. Такие маршруты координируются местными сообществами с целью побуждения к устойчивому развитию и пропаганды здорового образа жизни.

Таблица 1.2 – Сопоставление особенностей «жесткого» и «мягкого» туризма (Jungk, 1980)

«Жесткий» туризм	«Мягкий» туризм
массовый	индивидуальные и семейные туры, поездки в кругу друзей
у туристов времени мало	времени много
быстрые средства передвижения	медленные и среднескоростные средства передвижения
заранее согласованная программа	спонтанные решения
импорт стиля жизни	стиль жизни в соответствии с культурой посещаемой страны
ценятся, прежде всего, достопримечательности	ценятся, прежде всего, впечатления
комфорт и пассивность	активность и разнообразие
предварительная информационная подготовка к поездке отсутствует или невелика	страна или регион, куда планируется путешествие, изучается заранее
турист не владеет иностранным языком и не стремится его узнать	изучение иностранного языка (языка страны назначения)
чувство превосходства над местным населением	радость познания иной культуры
часто главная цель — шоппинг	подарки и сувениры, подчёркивающие своеобразие региона
после поездки остаются только стандартные сувениры, прагматичные покупки	главное, что остаётся после поездки, – впечатления, воспоминания и новые знания
открытки с видами	рисование с натуры, фотографии самого человека
главный мотив — любопытство	главный мотив — тактичность
громогласность	спокойная тактичность

Концепция зеленых маршрутов возникла в 1950-е гг. в США. Термин *greenways* употреблялся для обозначения рекреационных троп (пеших и велосипедных), служащих продвижению активного стиля жизни и немоторизованных средств транспорта. В 1987 г. была объявлена долгосрочная стратегическая цель – «создание сети зеленых маршрутов во всей Америке!». Сегодня в США действуют сотни общественных организаций, занимающихся развитием идеи зеленых маршрутов на разных уровнях, создано более 18 тыс. км зеленых маршрутов. В странах Западной Европы идея зе-

ленных маршрутов стала распространяться в конце 1980-х – начале 1990-х гг. В 1997 г. в Намуре (Бельгия) была создана Европейская Ассоциация Зеленых Маршрутов (European Greenways Association – EGWA), объединившая 35 общественных организаций и учреждений, занимающихся созданием и продвижением зеленых маршрутов в европейских странах.

В Центральной и Восточной Европе основателем зеленых маршрутов стала Чехия. В 2000 г. началась реализация Программы Зеленых Маршрутов – Зеленые Маршруты в Центральной и Восточной Европе (CEG). Она работает в рамках международного объединения «Экологическое партнерство для устойчивого развития» (Environmental Partnership for Sustainable Development", EPSD). Учредители и участники Программы Зеленых Маршрутов – фонды, функционирующие в Польше (Фонд «Партнерство для Окружающей Среды»/Fundacja Partnerstwo dla Hrodowiska), Чешской Республике (Nadace Partnerství), Словакии (Nadácia Ekopolis), Венгрии (Ökotárs Alapítvány), Румынии (Fundatia pentru Parteneriat) и Болгарии.

Начало движению *greenways* в Беларуси было положено в 2005 г., когда в офисе общественного объединения «Агро- и экотуризм» была подписана декларация партнерства «Зялёныя шляхі Беларусі». В Беларуси разработаны зеленые маршруты «Блакiтныя каралі Расон» (Россонский район), «Край жоўтых гарлачыкаў і сiвых валуноў» (Лепельский район), «Зялёныя шляхі» (Пуховичский район), «Iгуменскія конныя сцежкі» (Смиловичский район). В 2006 г. благодаря дотации Министерства иностранных дел Республики Польша был создан Интернет-сайт по зеленым маршрутам в Беларуси www.greenways.by.

Выделяют семь основных принципов, которые должны выполняться при организации Greenways:

- поддержка и активизация местных сообществ – развитие местного предпринимательства, создание рабочих мест и дополнительных источников дохода, восстановление и сохранение традиционных промыслов;
- охрана природы и культурного наследия, сохранение ландшафтов;
- использование местных ресурсов – гостиничного и гастрономического хозяйства, туристических услуг, услуг гидов, локальной продукции;

- развитие сотрудничества между странами, регионами, городами, районными центрами и их жителями;
- оказание помощи местным сообществам в осознании и укреплении собственного культурного и социального самосознания, улучшение условий и уровня жизни;
- распространение информации и создание возможности туристам для более глубокого познания региона, его проблематики, местных инициатив, событий, организаций и т.д.;
- пропаганда немоторизированных транспортных средств и видов туризма, отдыха и спорта, благоприятных для окружающей среды;
- создание путешественникам условий для передвижения по месту самыми благоприятными для окружающей среды видами транспорта – для передвижения пешком, велосипедом или общественным транспортом, вместо использования личного автотранспорта;
- создание моды на активный образ жизни, улучшение здоровья и повышение безопасности в пути.

1.4 Виды экотуризма

К экологическому туризму относят широкий спектр деятельности – от длительных научных экспедиций до кратковременного отдыха на природе в выходные дни.

Все это многообразие видов деятельности можно условно классифицировать по различным критериям:

- по группам путешествующих,
- главным объектам посещения,
- видам туристской деятельности,
- продолжительности пребывания и др.

Объектами экотуризма могут быть:

- относительно ненарушенные природные комплексы или отдельные их элементы, отдельные наиболее "популярные" и примечательные биологические виды животных и растений (в его классической (природоохранной) трактовке);
- уникальные растительные сообщества и биоценозы в целом, например, леса, степи, тундра и тому подобное в разные времена года;
- уникальные объекты неживой природы, геоморфологические, гидрологические и другие особенности (отдельные горы и каньоны, пещеры, водопады, озера и реки и др.), палеонтологические находки;
- культурные, этнографические, археологические и исторические достопримечательности, а также природно-антропогенные (культурные) ландшафты в целом (для экологических туров в их широкой трактовке).

В настоящее время выделяют три вида экотуризма.

1. Научный туризм. В ходе научных экотуров туристы участвуют в различного рода исследованиях природы, ведут полевые наблюдения. 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. Например, широко известны экотуры, связанные с наблюдением за поведением птиц в Латинской Америке, подсчетом численности популяций китов в Тихом океане. В Беларуси получают распространение туры по учетам численности вертлявой камышевки. Как правило, туристскими дестинациями в таких турах выступают особо охраняемые природные территории (ООПТ): заповедники, национальные парки, заказники, памятники природы. К научному туризму относятся и зарубежные научно-исследовательские экспедиции, а также

полевые практики студентов, обучающихся на естественнонаучных факультетах университетов.

2. Познавательный туризм – это "экотуризм в классическом понимании". Это путешествия, связанные с познанием окружающей природы и местной культуры. Как правило, такие туры представляют собой совокупность учебных, научно-популярных и тематических экскурсий, пролегающих по специально оборудованным экологическим тропам. Чаще всего они также организуются по территориям заповедников и национальных парков. Его разновидностями можно считать туры по наблюдению птиц (birdwatching), китов или экзотических бабочек, ботанические экскурсии, археологические, этнографические и палеонтологические путешествия, экосафари, туры для любителей видео- и фотосъемки. Сюда же относятся походы школьников, в ходе которых преподавателем, гидом проводятся экскурсии и беседы о природе. Этот вид экотуризма особенно популярен в Германии, поэтому его еще называют "немецкой моделью развития экотуризма".

3. Путешествия в природные резерваты, ООПТ. Высокая привлекательность уникальных и экзотичных природных объектов и явлений, находящихся на ООПТ, привлекают множество туристов. Например, 48% туристов, прибывающих в Латинскую Америку, имеют целью путешествие в природные резерваты. Руководство многих национальных парков, заповедников превращает экологические экскурсии в настоящее шоу. Примером может служить Йеллоустоунский национальный парк в США, где продолжительность экскурсий рассчитана по минутам и связана с периодами активности гейзеров. Очень часто показ природных объектов, особенно в пещерах, сопровождается цветовой подсветкой, музыкой, театрализованными представлениями, демонстрирующими сцены из жизни аборигенов. Этот вид экотуризма наиболее развит в Австралии, поэтому его отождествляют с "австралийской моделью развития экотуризма".

1.5 Классификация экотуров

Экологические туры можно классифицировать по способу передвижения, по составу участников, по продолжительности, по отношению к границам страны проживания туристов и т.д.

Различают два основных *класса экотуров*:

<p>Экотуризм в границах особо охраняемых природных территорий (акваторий) и в условиях "дикой", ненарушенной или мало измененной природы</p>	<p>Экотуризм вне границ особо охраняемых природных территорий и акваторий, на пространстве окультуренного или культурного ландшафта (чаще всего сельского)</p>
<p>Разработка и проведение таких туров — классическое направление в экотуризме; соответствующие туры являются экотурами в узком значении данного термина, их относят к "австралийской" или "североамериканской" модели экотуризма.</p>	<p>К этому классу туров можно отнести весьма широкий спектр экологически ориентированного туризма, начиная с агротуризма и вплоть до круиза на комфортабельном лайнере; этот вид экотуров относят к "немецкой" или к "западно-европейской" модели.</p>

При выделении *видов экотуров* наиболее существенными считаются два признака — цель и объект тура. Оба эти признака связаны между собой; их нельзя считать абсолютно независимыми основаниями классификации (в реальной программе тура его цели и объекты часто сочетаются и совмещаются).

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

- наблюдение и изучение "дикой" или "окультуренной" природы (с элементами экологического образования и воспитания);
- 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, выделяются виды экотуров:

- ботанические, зоологические, геологические и тому подобные туры;
- эколого-этнографические (археологические), эколого-культурные туры;
- агротуры;
- спелеологические, водные, горные туры и т.п.

Для выделения *форм экотуров* классификационными признаками 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 и для малых компактных и для больших групп участников.

1.6 Целевые группы туристов

Выделяются четыре категории участников экотуров, исходя из их целей и характера их деятельности:

- «**высокоспециализированные**» («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»;
- «**случайные**» – туристы, для которых посещение природных уголков является случайной частью более обширного тура.

В США в среднем около 48% всех туристов склонны какую-то часть своего отпуска посвятить природно-ориентированному туризму. Из множества видов природно-ориентированных туров американцы явно отдают предпочтение посещению национальных парков и других охраняемых природных территорий. В результате социологических исследований, которые были проведены американскими консалтинговыми фирмами "HLA&ARA" по заказу TIES, были получены следующие данные, характеризующие североамериканского экотуриста:

- возраст: 35–54 года, хотя имеются различные отклонения от среднего показателя;
- половая структура потребителей: 50% женщины и 50% мужчины;
- образование: как минимум колледж;
- предпочитаемое для путешествия общество: 60% путешествуют вдвоем, 15% – с семьей, 13% – в одиночку;
- предпочитаемая продолжительность тура: 8–14 дней;
- желание тратить деньги в путешествии: отмечено, что экотуристы готовы тратить в среднем на 1–1,5 тыс. долл. США, т. е. больше, чем обычные туристы (это подтверждают и данные исследований, проведенных в Латинской Америке);
- наличие аттрактивных элементов тура: дикая природа; изучение живой природы; пешие прогулки, трекинг; изучение местной культуры и истории.

Было выявлено пять основных мотиваций, на основании которых клиенты выбирают туры в природу – познавательные и приключенческие:

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

Наиболее вероятные участники экотуров – группа американцев, для которых доминирующей мотивацией является «природа и активный отдых» и "путешествия по специальным интересам в области природы", то

есть специализированные туры в природу. К настоящему моменту к данной группе принадлежит более трети всех взрослых американцев (тогда как, для сравнения, любители "пляжного отдыха" составляют лишь 20%).

Что касается выбора средств размещения, то 40% американских экологов предпочитают останавливаться в деревнях; 27% – в палаточных лагерях; 21% – в комфортабельных отелях; 33% – в других отелях. По данным Службы туризма Канады, в приключенческом туризме 41% туристов предпочитают останавливаться в коттеджах и хижинах, а более 40% – в палаточных лагерях и биваках.

Итак, наиболее "классическими" экологами становятся специалисты и увлеченные любители природы, для которых познавательные туры в природу и посещение охраняемых территорий являются основной целью приезда в страну. Дополнительные возможности для рынка экологического туризма могут представлять участники других видов туров "по специальным интересам" – культурных, историко-этнографических и др. Изначально посещение ООПТ не является для них главной целью путешествия, но их можно увлечь и привлечь. В некоторых случаях потенциальный рынок "дополнительного" экологического бизнеса могут представлять бизнесмены, находящиеся в регионе в командировке, и туристы с более общими интересами.

При организации экологических туров необходимо учитывать некоторые общие особенности экологов. Можно составить обобщенный «портрет эколога»:

- Выбирает такие туры, которые дают возможность развития, самосовершенствования, а также познания и приобретения нового опыта.
- Любит активный отдых, но не сторонник экстремальных условий, предпочитает достаточно "мягкие" туры.
- Ценит возможность уединения.
- Менее других туристов требователен к комфорту (главное, что привлекает его, – это дикая, без следов вмешательства человека, природа).
- Не нуждается в размещении, питании и развлечениях по западным стандартам роскоши (при этом некая базовая инфраструктура и набор услуг, безусловно, необходимы).

- Охотно употребляет блюда местной кухни, пользуются услугами местных жителей, с большим интересом относятся к местным условиям и обычаям.

1.7 Основные принципы экотуризма:

Рассмотрим основные принципы экотуризма и их содержание.

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.

Развитие туризма тщательно планируется, контролируется и управляется. Не превышаются предельно допустимые рекреационные нагрузки.

Соблюдаются правила поведения, разработанные для посещаемых природных территорий. Экологичен транспорт, используемый туристами.

Привалы, бивуаки и костры устраиваются только в специально оборудованных местах.

Не допускается покупка сувениров, сделанных из объектов живой природы.

Мусор не выбрасывается на общую помойку или свалку, но собирается специальным образом, удаляется с территории и поступает затем на экотехнологическую переработку.

Грибы, ягоды, цветы, лекарственные растения, любые природные сувениры собираются только тогда и там, где это разрешено.

Пища туристов экологически чиста и полезна, при этом в рационе присутствуют местные продукты.

Отели, кемпинги, кордоны, хижины, в которых останавливаются туристы, расположены так, что не нарушают нормальное, экологически устойчивое развитие окрестного ландшафта и не обезображивают его облик. 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.

3. Содействие охране природы и местной социокультурной среды.

Туристическая деятельность обеспечивает источники дополнительного финансирования охраняемых территорий или природоохранных мероприятий. Участники туров принимают посильное участие в природоохранной деятельности (волонтеры, детские эколагеря и др.).

Туристы с уважением относятся к местным культурным традициям, обычаям, укладу жизни, стремятся изучить и понять их.

Развитие туризма способствует налаживанию сотрудничества ООПТ с местным населением, повышению общественного престижа ООПТ, расширению международных контактов ООПТ.

4. Экологическое образование и просвещение.

Туристы заранее, еще до начала путешествия, получают информацию о природе и правилах поведения в месте проведения тура, четко осознают свою ответственность за сохранение природы, следуют правилам поведения на ООПТ.

Туры и экскурсии обязательно предусматривают эколого-познавательный компонент. Туры проводят квалифицированные гиды.

Объектами посещения являются интересные и экологически благоприятные природные и культурные ландшафты. В программу включается посещение учебных экологических троп, визит-центров, музеев природы и краеведческих музеев, экотехнологичных хозяйств и др.

Туристы знакомятся с местными экологическими проблемами и путями их решения, выполняемыми природоохранными проектами, доступными им способами участвуют в решении местных экологических проблем.

5. Участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы.

Преимущественно используется местная продукция и рабочая сила. Местные жители вовлекаются в туристический бизнес и получают возможность развивать свои традиционные формы хозяйства.

Доходы от экотуристической деятельности получают различные социальные слои и группы (принцип расширения воздействия), при этом сохранение природной среды становится экономически выгодным для местного населения.

6. Экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие посещаемых регионов.

Комплексный подход к развитию туристической деятельности. Тщательное планирование, мониторинг и управление.

Интеграция экотуризма в местные планы регионального развития. Тесное сотрудничество организаций различного профиля. Доходы от туризма не изымаются целиком из местного бюджета, а способствуют его наполнению, поддержке местной экономики.

География экологического туризма характеризуется определенным своеобразием. Если традиционные туристские потоки в международном туризме направлены из развитых стран в развитые, а среди принимающих туристов стран лидируют Франция, США, Испания, Италия, то экотуристы направляются главным образом из развитых стран в развивающиеся. Здесь среди лидеров — Кения, Танзания, Эквадор, Коста-Рика, Непал, Бразилия, Филиппины, а также Австралия, Новая Зеландия и ЮАР. Практически каждая страна имеет возможности для организации экологических путешествий. В развитых странах Европы и Америки экотуристы очень часто путешествуют по своим странам. И самыми популярными для посещений туристскими объектами в этих странах стали национальные парки.

Не все туры, которые заявлены как экотуристские, являются таковыми. К экотуристским не следует относить такие путешествия, непосредственным результатом которых не является улучшение охраны природной среды, при которых выполняются лишь отдельные принципы экотуризма. 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 охраняе-

мых 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»). Не смотря на то, что посетители считали себя экологическими туристами, на деле они таковыми не являлись, поскольку результатом их посещения стала деградация природы и культуры (Бочкарева, 2003).

Многие путешествия по охраняемым природным территориям Беларуси, изначально планируемые как экотуристические, не в полной мере соответствуют критериям. Например, нередко туристов доставляют к месту проведения тура автобусами или лодками с бензиновыми моторами, пугающими животных и загрязняющими водоемы. Лишь немногие программы предусматривают активное вовлечение посетителей в природоохранную деятельность. Познавательный аспект в экотуризме развит пока еще слабо – чаще экскурсия или тур оказываются нацелены только на демонстрацию достопримечательностей, экзотических «чудес» и «красот» природы, а не на постижение экологических проблем и активное участие в их решении.

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 (1993), если ограничиться таким узким определением, экономическое и природоохранное воздействие туризма во многих случаях оказывается несущественным. Так, например, участники туров по наблюдению за птицами (бердвотчеры, 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 продуман-

ной 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.

Литература

1. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – М. : Советский спорт, 2008. – 208 с.
2. Егоренко Л.И. Экология туризма и сервиса / Л.И. Егоренко. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
3. Клицунова, В.А. Зеленые маршруты / В.А. Клицунова. – М. : Альтиора – Живые краски, 2009. – 16 с.
4. Храбовченко, В.В. Экологический туризм / В.В. Храбовченко. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 208 с.
5. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт / Ред.-сост. Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралева, А.В. Дроздов. – Тула : Гриф и К, 2002. – 284 с.

6. Bieger, T. 1994. Ökologiegerechtes Management – Wer handelt? / T. Bieger. – Zürich : Verlag Ruediger, 1994. – 107 p.
7. Boo, E. Ecotourism: a tool for conservation and development / E. Boo // Ecotourism and Resource Conservation, A Collection of Papers. – Vol 1. – Madison : Omnipress, 1990. – P. 54-60.
8. Butcher, J. Natural Capital and the Advocacy of Ecotourism as Sustainable Development / J. Butcher // Journal of Sustainable Tourism, 2006. – Č. 6. – P. 529–544.
9. Fennel, D. The Ecotourism Concept and Tourism-Conservation Symbiosis / D. Fennel // Journal of Sustainable Tourism, 2005. – Č. 4. – P. 373–390.
10. Manazment cestovneho ruchu / Gúčik, M. a kol. – Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2006. – 224 p.
11. Gurung, D B. Ecotourism in Bhutan. Extending its Benefits to Rural Communities / D.B. Gurung, K. Seeland // Annals of Tourism Research, 2008. – Roč. 35. – Č. 2. – P. 489–508.
12. Herbig, P. Ecotourism: a guide for marketers / P. Herbig, B. O'Hara // European Business Review, 1997. – Č. 5. – P. 231–236.
13. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations – Madrid : World Tourism Organization, 2004. – 507 p.
14. Junk R. Wieviel Touristen pro Hektar Strand? / R. Junk // GEO, 1980. – Heft 10. – P. 154–156.
15. Ceballos-Lascurain, H. Tourism, Ecotourism, and Protected areas / H. Ceballos-Lascurain. – Gland : IUCN, 1996. – 301 p.
16. Peake, S. Ecotourism and conservation: factors influencing effective conservation messages / S. Peake // Journal of Sustainable Tourism, 2009. – Č. 1. – P. 107–127.
17. Peannie, K. Green marketing / K. Peannie. – London : Pitman Publishing, 1992. – 344 p.
18. Schianetz, K. Sustainability Indicators for Tourism Destinations: A Complex Adaptive Systems Approach Using Systemic Indicator Systems / K. Schianetz // Journal of Sustainable Tourism, 2008. – Č. 6. – P. 601–628.
19. Wall, G. Tourism. Change, impacts and opportunities / G. Wall, A. Mathieson. – Essex : Pearson Education, 2006. – 412 p.

20. Wallace, G.N. An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil / G.N. Wallace, S.M. Pierce // *Annals of Tourism Research*. 1996 – Vol. 23. – № 1. – P. 843–873.

21. Weaver, D.B. Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality? / D.B. Weaver // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 2001. – Ч. 42. – P. 104–112.

22. Ziffer, K.A. *Ecotourism: The Uneasy Alliance* / D.B. Weaver. – Washington : DC: Conservation International and Ernst & Young, 1989.

Туристические сайты

The International Ecotourism Society: www.ecotourism.org

Sustainable tourism: www.sustainabletourisonline.com

European Centre for Ecological and Agricultural Tourism: www.eceat.org/

The European Ecolabel: [http:// www. ecolabel-tourism. eu](http://www.ecolabel-tourism.eu)

Tourism Concern: www.tourism.concern.org.uk

The Travel Foundation: www.thetravelfoundation.org.uk

Planeterra НПО, организация волонтуризма для поддержки устойчивого развития сельских сообществ: www.planeterra.org

Программа развития ООН: www.undp.org

Представительство ООН в Беларуси: www.un.by

World Tourism Organization – UNWTO: unwto.org

Казахстан - экотуризм, путешествие, отдых, туризм, флора и фауна: www.eco-tourism.kz

Дерсу Узала. Фонд развития экотуризма: www.ecotours.ru

Экотуризм: www.ecotourismrussia.ru

Экотуризм в Республике Беларусь: padaroze.ru

Зеленые маршруты в Беларуси: www.greenways.by

Белорусское общественное объединение "Отдых в деревне": www.ruralbelarus.by

2 ПРИРОДНЫЕ РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

2.1 Понятие природных рекреационных ресурсов

Интенсивное развитие рекреационной сферы обусловило ее превращение в полноценную отрасль экономики развитых стран, которая является крупнейшим потребителем природных ресурсов. В то же время природные ресурсы определяют специализацию отрасли, территориальную организацию и формирование туристических потоков. Это дает основание рассматривать перспективы развития рекреационной деятельности в неразрывной связи с освоением и рациональным использованием природных рекреационных ресурсов (ПРР). Рекреационное природопользование как вид деятельности включает выявление и изучение природных рекреационных ресурсов и условий, их оценку, обоснование форм эксплуатации, охрану, возобновление и улучшение рекреационных качеств природных ресурсов и условий. В рекреационном природопользовании следует различать понятия природных рекреационных ресурсов и природных рекреационных условий.

Природные рекреационные ресурсы (ПРР) – компоненты природной среды с благоприятными свойствами для рекреационной деятельности, которые являются или могут быть материальной основой для организации лечения, оздоровления, отдыха, туризма и развития человека.

Природные рекреационные условия – компоненты и свойства природной среды, которые способствуют рекреационной деятельности, но не являются её материальной основой.

ПРР являются основным фактором, материальной предпосылкой для развития рекреационной деятельности, пространственной основой для размещения рекреационных учреждений. В отличие от других видов природных ресурсов РР локализованы в пределах конкретной территории и нетранспортабельны, не могут накапливаться, имеют особенности при охране, а для их использования требуется создание соответствующей инфраструктуры. Потребление ПРР отличается значительными сезонными колебаниями и разнонаправленностью, они имеют разные свойства и субъективную ценность для различных видов рекреационных занятий. На стоимость рекреационных ресурсов большое влияние оказывает стоимость земли, поэтому они могут рассматриваться как объект инвестирования, а также недвижимая, приносящая доходы. ПРР обладают следующими свойствами:

- многофункциональным назначением в связи с обеспечением физиологических, социальных, интеллектуальных, познавательных, культурно-исторических потребностей человека;
- функционируют в вещественной и стоимостной формах;
- территориальной ограниченностью и стационарным размещением;
- относительной сохранностью естественных свойств;
- естественным своеобразием каждого рекреационного ресурса и территории;
- зависимостью потребительской стоимости от природных и социально-экономических факторов.

Многофункциональность природных ресурсов позволяет развивать комплексы рекреационных занятий, а также выделять их экологические, социальные и экономические функции. Рекреационная деятельность имеет комплексный характер и многогранные связи с природными ресурсами и условиями, поэтому РР следует рассматривать как целостные сочетания природных и антропогенных факторов.

В основу классификации рекреационных ресурсов могут быть положены различные признаки: их генезис, степень удовлетворения потребностей, функциональное назначение, сроки использования (таблица 2.1). А также для классификации природных рекреационных ресурсов можно использовать компонентный подход, который позволяет отобразить иерар-

хичность ПРР, так как каждый компонент включает подкомпоненты и элементы меньшего ранга. Функциональный подход дает возможность классифицировать ПРР по пригодности для формирования комплексов рекреационных занятий и их роли в территориальном разделении труда. В соответствии выполняемым функциям можно выделить 4 основных функциональных типа ПРР: лечебный, оздоровительный, спортивный и познавательный.

Таблица 2.1 Классификация природных рекреационных ресурсов (Черчик, 2009)

Степень удовлетворения рекреационных потребностей	Генезис		Функциональное назначение
	Компоненты 1-го порядка	Компоненты 2-го порядка	
1	2	3	4
Общие	Климатические	Среднегодовая, средняя январская и средняя июльская температуры воздуха, скорость ветра, продолжительность купально-пляжного сезона, толщина и устойчивость снежного покрова	Климатотерапия, отдых
	Водные	Моря, реки, озера, водохранилища, пруды	Рыболовство, природно-познавательный и спортивный отдых, водолечение и оздоровление
	Лесные	Рекреационные, водоохранные, почвозащитные, заповедные леса	Лечение, оздоровление, отдых, любительские промыслы
	Фаунистические	Животный мир, ихтиофауна, орнитофауна, териофауна	Познавательный отдых, охота, рыболовство

1	2	3	4
	Ландшафтные	Горные массивы, холмистые гряды, лесо-озерные и лесо-лугово-болотные урочища, пещеры	Спортивный отдых
Специальные	Минеральные	Минеральные воды, лечебные грязи, соляные шахты	Лечение, реабилитация, оздоровление, профилактика заболеваний

В соответствии с территориальным признаком ПРР могут иметь международное, государственное, региональное и местное значение.

Климатические ресурсы относятся к числу важнейших ПРР, которые в значительной степени определяют территориальную организацию различных видов рекреационной деятельности. Наряду с важными для самочувствия человека биоклиматическими показателями большое значение для развития разных видов рекреации имеют благоприятные сочетания типов погод. Климатические ресурсы определяют общую комфортность территории. Влияние климата проявляется через реакцию человека на погоду, то есть на сочетание метеорологических элементов и процессов (таблица 2.2).

Как правило, при разных видах сезонной рекреационной деятельности оценка благоприятности погоды для человека неодинакова.

Большое значение для организации туризма и рекреации имеют водные ресурсы, к которым относятся различные водоемы, пригодные для организации отдыха. Традиционно для отдыха используются реки и озера. Их побережья являются центрами территориальных рекреационных систем, испытывающих значительную рекреационную нагрузку.

Таблица 2.2 – Оптимальные климатические показатели для рекреации и туризма

Климатические показатели	Туристский сезон	
	Лето	Зима
Среднесуточная температура воздуха, °С		
при скорости ветра 0–1 м/с	+15...+20	0...-25
при скорости ветра 2–3 м/с	+15...+23	0...-15
при скорости ветра 4–5 м/с	+20...+26	0...-10
Скорость ветра в м/с	до 5	до 5
Время получения оптимальной дозы УФР, мин.	20–40	–
Период гелиотерапии, дней	105–120	–
Продолжительность купально-пляжного периода, дней	60–90	–
Толщина снежного покрова, см	–	10–40
Продолжительность периода для занятий зимними видами спорта, дней	–	45–60

Наиболее привлекательными для туристов являются озера, расположенные группами и соединяющиеся протоками. Водные ресурсы используются не только для оздоровительного отдыха, но и в водном туризме и спорте, рыболовстве, водолечении, познавательном туризме.

При организации водных видов отдыха особое значение приобретает приемлемое качество воды, дна, пляжной полосы и естественный облик окружения. Для нормирования качества воды введены предельно-допустимые концентрации более 1000 веществ искусственного происхождения. Ограничение отдельных видов рекреационного водопользования бывает обусловлено и природными факторами – повышенной цветностью или мутностью воды, небольшой глубиной и сильным осадконакоплением, интенсивным зарастанием и заболачиванием берегов.

Среди ПРР особое место принадлежит лесным ресурсам. Леса прежде всего выполняют средообразующие и оздоровительные функции. К санитарно-гигиеническим функциям леса относятся:

- озонирование воздуха;
- ионизация воздуха;
- поглощение углекислого газа и выделение кислорода;
- поглощение пыли, загрязняющих веществ;
- выделение фитонцидов и антимикробное действие.

Рекреационные функции выполняют не только зеленые зоны городов, леса национальных парков, заповедников, заказников, но и водоохранные, почвозащитные и эксплуатационные леса. Для парков и лесопарков, зеленых зон городов важно приспособление лесных массивов к массовому отдыху – создание устойчивой дорожно-тропиночной сети, малых архитектурных форм, сбор и вывоз мусора.

Рекреационное лесопользование предъявляет требования к лесистости территории, породному составу, бонитету, фитонцидности лесных насаждений, разнообразию и эстетической привлекательности ландшафтов и растительного покрова, частоте их изменчивости, степени заболоченности, наличию грибных, ягодных мест, водоемов, транспортно-пешеходной доступности, медико-географическим особенностям региона.

Лесные ресурсы являются основой для различных видов туризма и рекреации:

- оздоровительный и спортивный туризм – пешеходный и лыжный туризм, лыжный спорт, автотуризм, конный спорт, спортивная и лицензионная охота, спортивное ориентирование;
- общеоздоровительный отдых – пешеходные прогулки, спортивные игры, пикники, лыжные прогулки;
- любительский промысловый туризм – сбор грибов, ягод, лекарственных растений, коллекций, гербариев;
- климатотерапия, фитолечение, восстановление психоэмоциональных сил через обозрение высокоэстетичных ландшафтов.

Редкие виды современной флоры и представители древних реликтовых флор, интродуцированные виды и уникальные экземпляры вековых

деревьев представляют эстетическую, историческую и культурно-познавательную ценность.

Фаунистические ресурсы при организации туристической деятельности создают предпосылки для спортивно-охотничьего туризма и познавательного экотуризма. Спортивно-охотничий туризм базируется на ресурсах промысловых видов млекопитающих и птиц, а промысловые виды рыб являются объектами спортивного и любительского рыболовства. Основными видами познавательного туризма, основанного на использовании фаунистических ресурсов, являются экскурсии и фотоохота. Экскурсионный показ животных проводится в вольерах на территории заповедников, национальных парков и отдельных лесхозов. А фотоохота на животных возможна в естественной среде их обитания, при этом особое внимание туристов привлекают редкие охраняемые виды животных. Поэтому для уменьшения фактора их беспокойства необходимо регулировать доступ фототуристов к местам обитания этих видов, особенно в период размножения.

Для рекреации и туризма важное значение имеют особенности природного окружения в целом, то есть свойства ландшафта. Особую ценность как ПРР имеют оздоровительные и познавательные свойства ландшафтов – характер рельефа и гидрографической сети, степень эстетической привлекательности. Разнообразие природных ландшафтов, их познавательный потенциал, наличие экстремальных, благоприятных или комфортных условий определяют структуру рекреационных занятий.

Среди различных ландшафтов особое место в развитии рекреационной деятельности занимают особо охраняемые природные территории – заповедники, национальные парки, заказники, дендропарки и садово-парковые комплексы, памятники природы, которые имеют особое экологическое, научное, историко-культурное, эстетическое и иное значение, полностью или частично изъятые из хозяйственного оборота, в отношении которых установлен особый режим природопользования. Их ценность определяется прежде всего экологической чистотой и естественным состоянием природных комплексов. Благоприятные микроклиматические и ландшафтно-эстетические свойства естественных природных комплексов выступают в качестве предпосылки для развития комплекса оздоровительных туристских услуг, а флористическое и фаунистическое разнообразие и

другие уникальные природные объекты – для познавательных экотуристических услуг.

К специальным рекреационным ресурсам относятся минеральные воды и лечебные грязи, определяющие развитие оздоровительной и лечебной туристической деятельности. Целебные свойства минеральных вод обусловлены основным ионно-солевым составом, повышенным содержанием биологически активных элементов и газов (As, Fe, Br, I, B, CO₂ и др.), радиоактивных элементов. В отличие от пресных вод их минерализация превышает 1 г/л. Степень минерализации воды в значительной степени определяет их использование. Для питьевых целей используют лечебно-столовые воды с минерализацией до 15 г/л различных солей, а в бальнеотерапии для наружного применения в виде ванн, душа, примочек, ингаляций используются лечебно-терапевтические воды, которые имеют минерализацию более 15 г/л. Для бальнеологических целей минеральные воды используются в местах их извлечения на поверхность. Санаторные и лечебно-профилактические учреждения, как правило, оснащаются скважинами для подъема на поверхность минеральных вод.

Минеральные воды характеризуются разнообразным химическим составом и генезисом, которые определяются природными условиями местности, где они формируются. Для курортологического использования важно определить возможности назначения минеральных вод для лечения конкретных заболеваний и технические возможности их использования. Критериями ценности минеральных вод являются их химический состав и лечебные свойства, уникальность и величина запасов. Среди них встречаются воды, не содержащие в своем составе специфических компонентов, бромные и йодо-бромные, сульфидные и сероводородные, железистые, радоновые, борные, высокоорганические.

Месторождения лечебных грязей приурочены к поверхностным водоемам или болотам с благоприятными условиями для образования и накопления грязей, пригодных использования в лечебных целях. В Беларуси встречаются 2 типа лечебных грязей:

- торфяные грязи используются в бальнеолечении, если степень разложения торфа составляет более 30%, они встречаются на болотах с

благоприятными условиями для накопления и биологического разложения торфообразующих растений;

- сапропели представляют тонкодисперсные илистые отложения на дне пресноводных водоемов с содержанием органических веществ более 30%, обладающие тепловыми и вязкопластичными свойствами, однородной структурой, в их составе представлены разнообразные биологически активные вещества – микроэлементы, аминокислоты, витамины, ферменты и т.п.

2.2 Природные рекреационные ресурсы Брестской области

Территория Брестской области располагает различными видами природных ресурсов, которые являются материальной основой для формирования комплекса рекреационных занятий. Активное включение этих ресурсов в рекреационное природопользование определяет важность и актуальность изучения данных процессов, анализа современного состояния и степени вовлечения в хозяйственную деятельность ПРР.

2.2.1 Минеральные ресурсы

Среди минерально-сырьевых ресурсов Брестской области находят применение в туристско-рекреационной деятельности запасы минеральных вод и лечебные грязи.

По запасам минеральных вод Брестская область уступает другим областям Беларуси, поэтому для развития лечебно-оздоровительного туризма отмечается недостаток этих ресурсов. Все минеральные воды области приурочены к Брестскому и Припятскому артезианским бассейнам. В Брестском бассейне глубже 400–450 м залегают минерализованные хлоридно-натриевые воды с минерализацией 7–12 г/л, которая с глубиной с глубиной возрастает. Они используются для разлива лечебно-столовой минеральной воды «Брестская», а также для лечебных целей в Брестском железнодорож-

ном профилактории. Слабоминерализованная (1–2,4 г/л) вода Хомского месторождения отличается содержанием ионов фтора. В пределах Припятского артезианского бассейна на глубинах более 400 м встречаются минерализованные (5–15 г/л) сульфатно-натриевые и кальциевые воды. В районе Микашевичей выявлено месторождение железистых минеральных вод.

Низинные болота Брестской области отличаются благоприятными условиями для накопления торфяных грязей. Заболоченность территории области составляет 21,1%, а заторфованность – 15,1%, что превышает аналогичные показатели в других регионах Беларуси. По данным А.П. Пидопличко (1961) из семи торфяно-болотных районов Белорусского Полесья пять полностью или частично расположены в пределах Брестской области: Каменецко-Малоритский, Кобринско-Пружанско-Ганцевичский, Дрогичинско-Пинский, Столинско-Лельчицкий, Лунинецко-Любанский. В этих районах сконцентрированы основные геологические запасы торфяных ресурсов. Однако, следует учесть, что 38% торфяников Брестской области уже выработаны. Из 533 месторождений торфа в области более 500 являются месторождениями низинного типа, для которых характерен торф средней и сильной степени разложения, пригодный для приготовления лечебных грязей, обладающих пластичностью, высокой теплоемкостью, бактерицидностью, гигроскопичностью. В них содержится большое количество органических веществ: битумы, воск, смолы, органические кислоты, дубильные вещества, лигнины, углеводы, эфирные масла, бальзамы и др. Из неорганических соединений есть оксиды железа, соли аммония, соединения бора, бария, стронция, титана, циркония, ванадия, серебра, хрома, золота, йода и др.

Лечебные свойства сапропеля значительно превышают свойства торфяных грязей. В Брестской области распространены сапропели четырех классов: органический, кремнеземистый, карбонатный и смешанный. Шире всего в области распространен органический сапропель, наиболее пригодный для лечения, в то время как в целом в Беларуси преобладает кремнеземистый сапропель. С помощью сапропеля лечат заболевания сердечно-сосудистой и нервной систем, кожи, болезни суставов, ревматизм. Известны два типа месторождений: открытых озерных водоемов и погребенных под торфом. Всего в области разведано более 50 месторождений озерных

сапропелей и более 90 – погребенных под торфом (Грибко, 2007). Разведанные запасы озерных сапропелей составляют 112,7 млн. м³, месторождений, залегающих под торфом – 122,9 млн. м³. Из 16 сапропелевых баз Беларуси на территории области расположено три: Брестско-Малоритская, Ивановско-Березовская и Ивановско-Пинская. Тут же находится и самое крупное в Беларуси месторождение сапропеля, залегающего под торфом – Великолесское (Кобринский район), которое имеет запасы 108,8 млн. м³. Всего в области известно 34 месторождения озерных сапропелей, среди них наиболее крупные выявлены в озерах Бобровичское, Вульковское, Черное, Луковское, Олтушское, Ореховское и Мотольское (Геаграфія Брэсцкай вобласці, 2002). В настоящее время построены участки для разработки сапропелей на 6 озерах Брестской области, в том числе на озерах Олтушское, Мотольское и Черное.

2.2.2 Климатические ресурсы

Благоприятное влияние климатических условий на здоровье человека имеет значение при организации всех видов рекреационной деятельности. Необходимы разные подходы к оценке климатических условий для зимних и летних видов отдыха и туризма.

Климатические условия Брестской области являются ведущим фактором, который определяет не только специализацию и территориальную дифференциацию туристской деятельности, но и зональное распределение и дифференциацию природных рекреационных ресурсов. Регулярные климатические наблюдения в области начались в XIX веке с организации в 1834 г. в Бресте метеорологической станции. Уже к концу века территория области охвачена сетью метеостанций, которая расширяется и в XX веке. В настоящее время метеонаблюдения в области ведутся на 6 метеорологических станциях, Брестской зональной гидрометеорологической обсерватории и Полесской болотной станции.

Климат Брестской области, согласно классификации Б.П. Алисова, характеризуется как умеренно-континентальный, неустойчиво влажный.

Область находится в умеренном климатическом поясе, где чаще всего повторяются воздушные массы умеренных широт. Область расположена в довольно широкой переходной зоне, где чередуются умеренные массы морского и континентального типа, чем объясняется неустойчивость погоды.

На формирование климата области влияют солнечная радиация, циркуляция атмосферы и характер подстилающей поверхности, из которых наиболее значительную роль играет атмосферная циркуляция. Ее особенности зимой ведут к нарушению широтного хода метеоэлементов. В летнее время активность атмосферной циркуляции уменьшается, а роль солнечной радиации в формировании климата увеличивается. Это обуславливает более четкую широтную зональность климатических элементов.

Годовой приход суммарной солнечной радиации около 4014 МДж/м^2 , мало изменяется по территории области. Месячные величины суммарной солнечной радиации связаны с высотой Солнца над горизонтом, поэтому наибольшее ее количество поверхность получает в июне, а наименьшее в декабре (в 11 раз меньше, чем в июне). В общем, 46,5% годового прихода суммарной солнечной радиации приходится на три месяца теплого сезона; май, июнь, июль. А на ноябрь, декабрь и январь вместе – только около 6%. К тому же и состав суммарной солнечной радиации меняется в течение года: в летние месяцы на 53,4% она состоит из прямой радиации, а зимой – на 73,2% из рассеянной в связи с возрастанием облачности. Попавшая к земной поверхности суммарная солнечная радиация частично теряется: отражается и расходуется на эффективное излучение земной поверхностью. Разница между суммарной радиацией, альбедо и эффективным излучением образует радиационный баланс, который в Брестской области составляет $1740\text{-}1800 \text{ МДж/м}^2$. Анализ материалов актинометрических наблюдений в Беларуси показывает, что радиационный баланс на Брестчине наибольший в республике. В области отмечается незначительное увеличение радиационного баланса с северо-востока на юго-запад.

В течение двух месяцев в Бресте (декабрь, январь) и трех в Пинске (с ноября по январь) радиационный баланс отрицательный, земная поверхность теряет тепло и происходит радиационное охлаждение воздуха и почвы. В остальные месяцы радиационный баланс на территории области положительный. При этом тепло, полученное земной поверхностью, идет на нагревание воздуха, почвы и испарение влаги. В окрестностях Бреста в среднем 75% радиационного баланса тратится на испарение, 23% – на нагревание приземного слоя воздуха и около 2% – на нагревание почвы.

Вторым фактором, который определяет формирование температурного режима воздуха, является циркуляция атмосферы. Распределение барической поля и центров действия атмосферы над западной частью Евразии и прилегающими океанами определяет особенности переноса воздушных масс.

В течение всего года преобладающие западные потоки воздушных масс приносят на территорию области морской умеренный воздух с Атлантики. При других направлениях ветра поступают континентальные умеренные, тропические или арктические воздушные массы, которые играют меньшую роль в формировании климата Брестской области.

Зимой атмосферное давление максимально, около 1016 гПа. Отмечается его незначительное увеличение на юго-восток, изобары идут с юго-запада на восток. В это время года при взаимодействии ответвления Азиатского максимума – оси Воейкова, исландского минимума и Азорского максимума над Атлантикой, над территорией Брестской области проходят серии западных и северо-западных циклонов, которые сопровождаются западными и юго-западными ветрами. В летнюю пору атмосферное давление немного уменьшается и отмечается его незначительное снижение с запада на восток, что вызывает преобладание ветров западных и северо-западных направлений. Со сменой ветров различных направлений связано чередование различных типов воздушных масс и неустойчивость погоды. С ветрами западных направлений приходит морской умеренный воздух, который повторяется в 50–60% случаев, преимущественно зимой и приносит отте-

пели, увеличение влажности воздуха, туманы и осадки. Летом он также влажный, но прохладный, причем скорее трансформируется в континентальный воздух умеренных широт, с которым связана сухая погода, теплая летом и холодная зимой. Континентальный умеренный воздух может поступать в Брестскую область с ветрами восточных направлений. Арктический воздух всегда поступает с ветрами северной четверти и приносит похолодание, заморозки весной и осенью. Тропический воздух, чаще морского происхождения, вызывает потепление. Его средняя повторяемость 20–25%, преимущественно летом.

Температура воздуха – важнейший элемент погоды и климата, который характеризует тепловой режим атмосферы. Среднегодовая температура воздуха в области уменьшается с юго-запада на северо-восток от 7,4°C в Бресте до 6,1°C в Барановичах (рисунок 2.1). В том же направлении уменьшается и продолжительность теплого периода от 259–260 до 243–244 суток. В 53% лет самый холодный месяц года – январь и в 63% лет самый теплый месяц – июль, но среднемесячные максимумы и минимумы температур воздуха в 20–30% лет опаздывают на месяц, что свидетельствует о переходном характере климата Брестской области от морского к континентальному.

При удалении от Атлантического океана на территории области на восток увеличивается и среднегодовая амплитуда температур воздуха от 23,2°C в Бресте и Высоком до 23,8°C в Пинске и 24,1°C в Барановичах. Ход зимних изотерм под влиянием морских умеренных воздушных масс близок к меридиональному. В летнее время при усилении роли солнечной радиации, изотермы приобретают широтный ход. В отдельные годы температуры воздуха достигают аномальных величин; до +37°C в Бресте и на юго-востоке области в июле – августе и –37...38°C на севере области в январе – феврале. Однако, в 68% лет среднемесячные температуры воздуха на Брестчине были близкими к средним многолетним показателям.

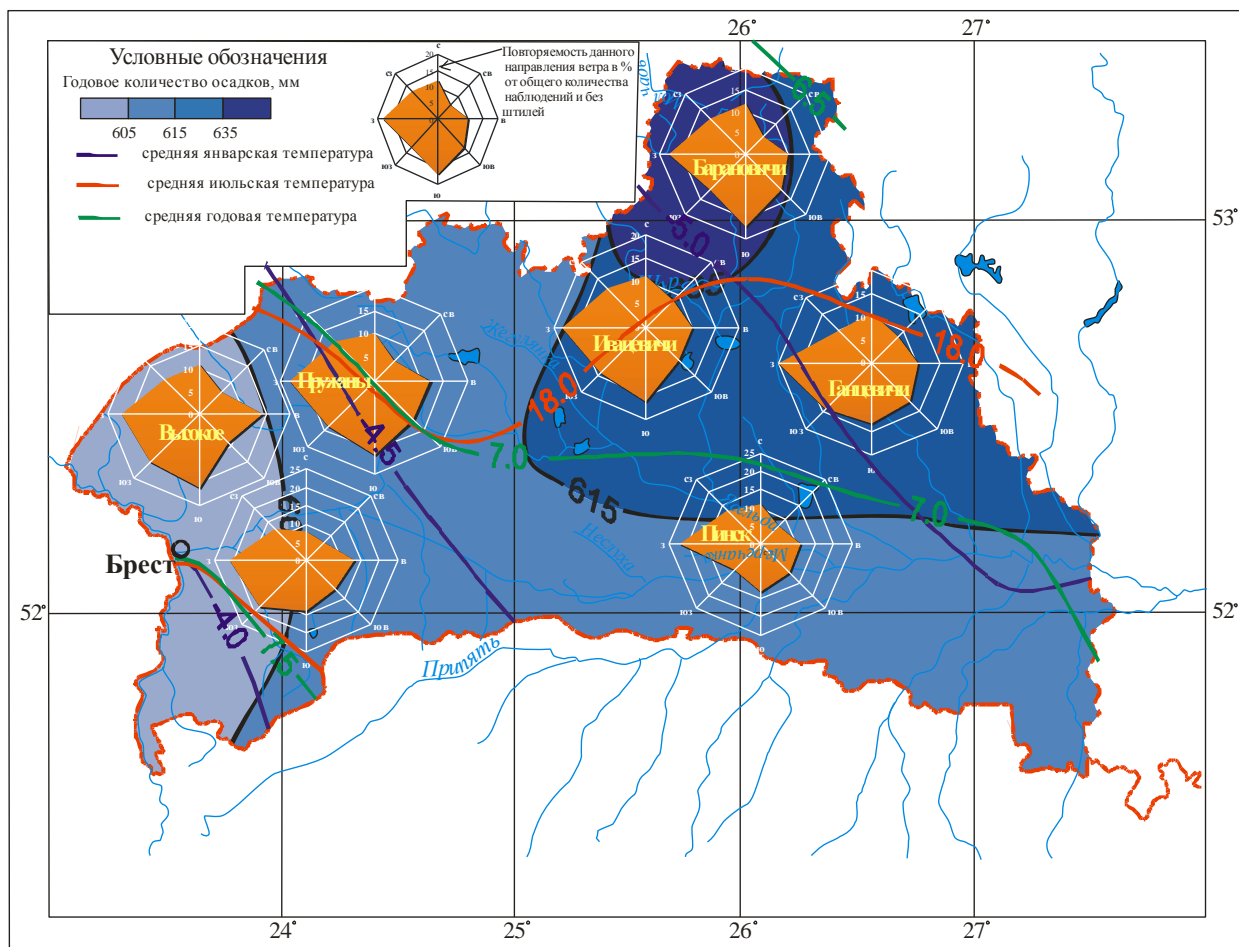


Рисунок 2.1 – Климат Брестской области

Большое значение для развития летних видов отдыха и туризма имеет продолжительность комфортного периода со среднесуточной температурой $+15...+20^{\circ}\text{C}$. На территории Брестской области этот показатель составляет от 63–64 дней на северо-востоке до 72–73 дней на юго-западе, что превышает соответствующие показатели в других областях Беларуси. Пригодность климатических ресурсов для зимних видов отдыха и туризма зависит от продолжительности зимнего комфортного периода со среднесуточной температурой $-15...-5^{\circ}\text{C}$ и длительности залегания снежного покрова. Эти показатели изменяются в пределах области 28–36 дней первый и 75–100 дней второй соответственно.

С циркуляцией атмосферы и температурным режимом связаны влажность воздуха, облачность и атмосферные осадки. Преобладание морского умеренного воздуха с Атлантики в течение года обуславливает сравнительно высокую влажность воздуха. В течение года она на всей территории Брестской области относительно высока и составляет 69–89%. В зимнее время она выше на северо-западе, а летом – на востоке области. Облачность тесно связана с атмосферной циркуляцией и относительной влажностью воздуха. При усилении циклонической деятельности, начиная с осени, облачность увеличивается, достигая максимума 8,3–8,8 баллов в конце осени – начале зимы, в соответствии с годовым ходом относительной влажности. В мае – июне облачность снижается до 5,9–6,1 балла. Среднегодовая облачность на территории области достигает максимума на северо-западе и северо-востоке области. Величина и распределение атмосферных осадков на территории области определяются циклонической деятельностью и рельефом земной поверхности. Поэтому годовое количество атмосферных осадков увеличивается от 520 мм на западе в районе г. Высокое до 629 мм на возвышенной равнине Загородье и 645 мм на наветренных склонах Новогрудской возвышенности и Копыльской гряды (рисунок 2.1). В отличие от других областей Беларуси в Брестской области наибольшая доля осадков, выпадающих в жидком состоянии (78%). В разные годы годовое количество осадков может значительно меняться. Однако вероятность значительных отклонений от средней численности очень низкая. Так, в Бресте годовое количество осадков от 435 мм до 690 мм при среднем 548 мм повторяется в 90% лет. Это означает, что лишь один год из десяти может быть более сухим или более влажным. Причем чаще на Брестчине, как и в Беларуси, повторяются влажные годы. Из годовой суммы осадков примерно 70% выпадает в теплый период года (апрель – октябрь), максимум их на западе области приходится на июнь, на востоке области – на июль. Надо отметить, что повторяемость минимумов и максимумов выпадения осадков довольно высокая: в 76% лет максимум выпадения осадков приходится на июнь–август, в 40% минимальная месячная ко-

личество осадков приходится на январь–март. Однако в связи с большей длительностью и меньшей интенсивностью осенних и зимних осадков наибольшее число дней с осадками в большинстве районов области наблюдается в апреле и сентябре–октябре. Таким образом, влага в почве накапливается в основном во время длительных морозящих дождей и снеготаяния.

Характеристика времен года. Сезонность является одной из главных особенностей климата Брестской области. Сроки наступления того или иного времени года связаны с установлением конкретных среднесуточных температур, которыми определяются сезонные изменения в природе. Началом зимы считается условная дата перехода среднесуточной температуры воздуха через 0°C в сторону понижения. Это происходит 19–21 ноября в Барановичском, Ляховичском, Ганцевичском районах и на неделю позже (26–28 ноября) в Брестском и Малоритском районах. Таким образом, продолжительность зимы на Брестчине уменьшается от 120–121 дня на северо-востоке до 105–106 дней на юго-западе. Приход суммарной солнечной радиации зимой сокращается в 4–11 раз по сравнению с июнем. В зимние месяцы повсеместно по области рассеянная солнечная радиация в 2,6–2,7 раза превышает прямую. При этом среднемесячные значения радиационного баланса отрицательные в Бресте в декабре–январе при нулевом радиационном балансе в ноябре и феврале, а на востоке области радиационный баланс с ноября по февраль отрицательный. В зимнее время в атмосфере над территорией Брестчины усиливаются циркуляционные процессы. Преобладают умеренные морские воздушные массы с Атлантики и Средиземного моря, но они часто сменяются холодными арктическими или континентальными воздушными массами. Поэтому характерной чертой погоды зимнего времени на Брестчине является неустойчивость. Оттепели возможны в любой зимний месяц на всей территории области, но среднее количество дней с оттепелями уменьшается за декабрь–февраль от 50 и больше в юго-западных районах до 35–40 в северо-восточных районах. Среднемесячные температуры воздуха во все зимние месяцы отрицатель-

ные. Минимума они достигают в январе от $-4,4^{\circ}\text{C}$ в Бресте до $-6,1^{\circ}\text{C}$ в Барановичах, реже в феврале или декабре. Несмотря на то, что февраль – последний месяц зимы, он холоднее декабря, первого зимнего месяца. Декабрьские температуры изменяются в области от $-2,5$ до $-4,0^{\circ}\text{C}$, а февральские от $-3,5$ до $-5,5^{\circ}\text{C}$. Более низкие температуры воздуха во второй половине зимы и ход изотерм на территории области свидетельствуют о переходном характере климата области от морского к континентальному.

Устойчивый снежный покров в Брестской области устанавливается с северо-востока (3-я декада декабря) на юго-запад (первые дни января). В этом же направлении меняются и продолжительность его залегания, и средняя из максимальных высот снегового покрова, и, соответственно, запасы влаги в снежном покрове. Высота снегового покрова меняется в значительных пределах в зависимости от местных условий и зависит от характера подстилающей поверхности: больше снега накапливается на стерне, пашне, наветренных склонах возвышенностей, участках с древесно-кустарниковой растительностью. В отдельные теплые зимы устойчивый снежный покров на Брестчине образуется только в конце января – начале февраля. Разрушается снежный покров в конце зимы, 5–15 марта, еще до перехода среднесуточной температуры воздуха через 0°C . Один раз в 10–20 лет на северо-востоке, в Барановичском районе, и каждый третий год на юго-западе, в Брестском и Малоритском районах, устойчивый снежный покров вообще не образуется. Из неблагоприятных погодных явлений в зимний период на Брестчине возможен гололед 10–20 дней в году, метель 10–20 дней, образование ледяной корки.

Переход среднесуточной температуры через 0°C в сторону повышения означает наступление весны. На Брестчине это происходит в среднем 11 марта в Брестском и Малоритском районах и 23 марта в Барановичском районе. Заканчивается фенологическая весна переходом среднесуточной температуры воздуха через $+10^{\circ}\text{C}$ 24–30 апреля. Таким образом, в юго-западных районах области продолжительность весны составляет около 43 суток, а в северо-восточных 39 суток, что свидетельствует о нарастании

континентальности климата. Весной происходит перестройка атмосферных процессов, исчезает преимущество высокого давления, часто меняются различные типы воздушных масс, усиливается циклоническая деятельность, с чем связана неустойчивая погода, частые возвраты холодов. Однако, повышение среднесуточных температур ведет к снижению относительной влажности, облачности и, при увеличении высоты Солнца над горизонтом и продолжительности дня, значительно возрастает суммарная солнечная радиация (в Бресте до 130 МДж/м² в марте и 406 МДж/м² в апреле). При увеличении прихода тепла и сходе снежного покрова уменьшается альbedo, и быстро увеличивается радиационный баланс. В начале весны значительное количество тепла затрачивается на нагревание и оттаивание почвы, а также на испарение влаги. От первой до третьей декады апреля температура воздуха в Бресте увеличивается более чем в два раза. Неустойчивость весенней погоды проявляется в колебаниях температуры воздуха в широких пределах от +25 до –20°C, но все же преобладают дни с положительными температурами. Так, в Бресте в марте около 13 дней с отрицательными температурами, а в апреле – в среднем только 1. С 5–6 апреля на юго-западе по 12–13 апреля на северо-востоке среднесуточная температура переходит через +5°C, начинается вегетационный период большинства древесных и травянистых растений. В течение весны наблюдается снижение относительной влажности воздуха от 77–81% до 72–74% и нарастание дефицита влаги в воздухе, который достигает максимума в начале лета. Снижение относительной влажности воздуха связано с адвекцией теплого воздуха с юга. Испарение влаги с поверхности почвы при росте температур и дефиците влаги в воздухе ведет к высушиванию почвы. К неблагоприятным явлениям погоды в весенний период нужно отнести заморозки. Последние заморозки происходят на Брестчине в среднем 21–30 апреля, но в 10% лет возможны заморозки и в третьей декаде мая.

Началом лета считается срок перехода среднесуточной температуры воздуха в сторону повышения через +10°C (в некоторых работах – через +14°C). На территории Брестской области лето начинается 25–30 апреля и

продолжается от 148 дней на северо-востоке до 161–162 дней на юго-западе до 26 сентября – 3 октября. За летний сезон поверхность Брестчины получает 68% годовой суммы солнечной радиации. Радиационный баланс в эти месяцы максимальный. Свыше 3/4 полученного тепла затрачивается на испарение влаги, летом сокращается доля тепла, которое затрачивается на нагревание почвы, а в августе-сентябре наоборот нагретая за лето почва отдает тепло в атмосферу. Среднесуточная температура воздуха летом на территории области почти одинакова: +18,0°C на севере и +19,0°C на юге области в июле. Изотермы всех летних месяцев вытянуты в широтном направлении. Среднемесячные температуры летом повторяются в 80–90% лет. Однако, в отдельные годы возможны резкие похолодания, когда минимальные температуры в течение суток снижаются до 3,7°C, и в любой летний месяц, кроме июля, возможны заморозки. Изредка, когда приходит тропический воздух, устанавливается жаркая погода, и дневные температуры поднимаются до +33...+36°C. Циркуляционные процессы летом ослабевают, поэтому скорость ветра небольшая. Со снижением циркуляционной деятельности, относительно высокими среднесуточными температурами связаны сравнительно небольшая относительная влажность воздуха и облачность. В первой половине лета (май–июнь) относительная влажность воздуха достигает минимума. Далее отмечается ее рост в связи с увеличением количества осадков. Максимальное месячное количество осадков приходится в юго-западных районах области на июнь, а на остальной территории – на июль. Увеличивается по сравнению с весной количество дней с осадками. Количество осадков в летний сезон очень изменчиво. В 70% лет обеспечивается среднемесячная норма осадков. Но, изредка случаются годы, когда среднемесячное количество осадков в летние месяцы снижается до 2–10 мм или увеличивается вдвое. Возможны ливни, во время которых выпадает месячная норма осадков. Неблагоприятными метеорологическими явлениями в летний период являются сильные ветры и смерчи, которые бывают на Брестчине в среднем 1–2 дня в каждом втором сезоне. При сильных ветрах на легких по механическому составу почвах

Брестчины возникают пыльные бури. Количество сильных ливней на Брестчине достигает 20 за летний сезон, что больше, чем в других областях Беларуси. Часто ливни сопровождаются грозой и градом.

Переход среднесуточной температуры воздуха через $+10^{\circ}\text{C}$ в сторону понижения отмечает наступление осени. Типичными осенними месяцами в Брестской области являются октябрь и ноябрь. Продолжительность осени сокращается от 54 суток в Брестском и Малоритском районах до 51 суток в Барановичском районе. Осень имеет большую продолжительность по сравнению с весной вследствие увеличения облачности, влажности воздуха и, соответственно, медленного снижения среднесуточных температур. При снижении высоты Солнца над горизонтом и продолжительности дня быстро меняется количество суммарной солнечной радиации и радиационный баланс, который в ноябре равен 0 МДж/м^2 . Рассеянная радиация превышает прямую. Среднесуточные температуры воздуха в течение осени снижаются, в октябре они в среднем изменяются на территории области от $+6,0$ до $+7,5^{\circ}\text{C}$, а в ноябре от $+0,5$ до $+2,0^{\circ}\text{C}$. В любые осенние сутки возможны заморозки. Сроки их наступления меняются год от года в зависимости от метеорологических и местных природных условий, но в среднем в области заморозки начинаются 10–14 октября. Заканчивается безморозный период. При наступлении арктического воздуха среднесуточные температуры отрицательные. Таких дней может быть свыше половины в октябре и все в ноябре в наиболее холодные годы. Бывают и возвраты летнего тепла, так называемого бабьего лета, когда днем температура воздуха поднимается до $+25\dots 28^{\circ}\text{C}$. Осенью происходит смена летнего типа циркуляции воздуха на зимний. Усиливается циклоническая деятельность и западный перенос морского воздуха с Атлантики, который приносит много влаги. Поэтому, несмотря на снижение фактической упругости водяного пара, относительная влажность воздуха увеличивается и достигает в конце осени – начале зимы максимальной средней величины 88%. С этим связано увеличение в течение осени и облачности, которая также в ноябре достигает максимальной за год средней величины в 8,5 баллов. Меняется и харак-

тер облачности: уменьшается повторяемость перистых, кучевых, высоко-слоистых облаков и увеличивается – слоистых и слоисто-дождевых. Среднемесячное количество осадков снижается в среднем до 35–45 мм, хотя количество дней с осадками увеличивается до 12–14 в октябре и 14–17 в ноябре. Низкая интенсивность осадков осенью способствует накоплению влаги в почве. В отдельные годы месячное количество осадков значительно отличается от нормы. Так, в октябре 1974 года в Бресте выпало 7 месячных норм – 248 мм, а в октябре 1953 – только 2 мм. На всей территории Брестской области как в октябре, так и в ноябре осадки могут выпадать не только в жидком состоянии, но и в твердом. Осенью заканчивается вегетационный период. 25 октября – 1 ноября среднесуточная температура понижается до +5°C и ниже и прекращается развитие озимых культур, трав и деревьев.

Микроклимат. Под влиянием местных особенностей природной среды (рельефа, растительности, состояния почвы, наличия водоемов, зданий) приземный слой воздуха приобретает отличия, которые называют микроклиматическими. Особенности микроклимата имеют большое значение для развития рекреации. В результате преобладания плоских низин в Брестской области рельеф большого значения для формирования микроклиматических особенностей не имеет, зато важную роль играет почвенный и растительный покров. На небольших площадях возникают различия в поступлении солнечной радиации и температурном режиме склонов разной экспозиции. Они наиболее выражены при ясной, тихой погоде. Легкие по механическому составу почвы прогреваются быстрее и бывают самыми теплыми летом и, наоборот, самыми холодными в это время неосушенные торфяно-болотные почвы, которые характеризуются большой теплоемкостью и медленно нагреваются. Зато массивы неосушенных торфяно-болотных почв более теплые в зимнее время. При осушении торфяно-болотных почв их температурный режим приближается к суходольным почвам и определяется характером растительности, относительной высотой и силой ветра, но теплоемкость осушенных торфяно-болотных почв

снижается, и в ночные часы они остывают. Чаще всего размещаются массивы таких почв в понижениях, где собирается холодный воздух, что ведет к заморозкам весной, осенью и в начале лета. Своеобразный микроклимат формируется в населенных пунктах, особенно в крупных городах. Характер их застройки, концентрация промышленных предприятий, парков и садов, транспортных средств, каменное и асфальтовое покрытие улиц и площадей образуют свой микроклимат. Так, в Бресте основные метеопоказатели отличаются от фоновых: температура воздуха – на 0,1–0,4°C выше, скорость ветра – на 0,2–0,6 м/с ниже. В Бресте раньше чем в пригороде на 4 дня заканчиваются заморозки в воздухе, позже появляется и раньше сходит снежный покров.

Анализ основных метеоэлементов свидетельствует, что на территории области существуют **климатические различия**. Согласно агроклиматического районирования территории Беларуси (Шкляр, 1973) Брестская область расположена в двух зонах: Центральной и Южной, занимая только западные, менее континентальные подобласти. Теплая умеренно влажная Центральная агроклиматическая область охватывает только северо-восточные районы Брестской области. Ее южная граница идет через Ивацевичский, Ганцевичский административные районы. Эта область занимает склоны Слонимской и Новогрудской возвышенностей и Барановичскую равнину. Это более холодная и влажная часть Брестчины. Средняя температура января на 0,5–1°C, а июля – на 0,5°C ниже, чем в других районах области. Среднегодовое количество осадков – 590–630 мм. При меньшем количестве тепла и, соответственно, испаряемости и большем количестве осадков, территория этой области лучше увлажнена, чем Южная область.

Южная теплая неустойчиво влажная агроклиматическая область занимает среднюю и южную часть Брестской области, соответствуя Высоковской и Пружанской равнинам Предполесья и западной части Полесья. Эта область отличается наибольшими суммами активных температур, более высокими температурами лета и зимы, большей продолжительностью вегетационного периода и летнего сезона, меньшей продолжительностью

залегания снегового покрова и зимнего сезона. Но здесь выпадает меньшее на 40–50 мм количество осадков за год, наблюдается значительная изменчивость количества осадков в разные годы. В результате средний коэффициент увлажнения здесь около 0,8 за теплый период, а в отдельные годы и ниже.

2.2.3 Водные ресурсы

Совокупность разнообразных поверхностных водоемов Брестской области представляет ее гидрографическую сеть. В области расположено 565 водоемов площадью 36,3 тыс.га. Около 3% территории области занято водой: реками и мелиоративными каналами, озерами, водохранилищами и прудами. Поверхностные водоемы Брестчины используются для кратковременного отдыха на побережьях, водного туризма, купания, рыболовства. Геолого-геоморфологические и климатические факторы обусловили довольно густую гидрографическую сеть в области. А территориальная рассредоточенность водоемов делает их доступными для повсеместного использования.

Реки. На территории области протекает свыше 80 больших, средних и малых рек, которые принадлежат к бассейнам Днепра, Вислы и Немана. Из крупных рек частично по территории области протекают только правый приток Днепра Припять, и низовье ее правого притока Горыни, а также Западный Буг, который принадлежит к бассейну Вислы. Средних рек протяженностью 100-500 км – 12, они в большинстве также частично протекают по территории области. Подавляющее большинство рек – малые реки и ручьи. Густота речной сети по области составляет 0,42 км/км² (вместе с каналами), при средних показателях по республике – 0,44 км/км². В бассейне Западного Буга густота речной сети снижается до 0,35 км/км², а в бассейне Щары – увеличивается до 0,45 км/км². Для бассейна Припяти характерны колебания густоты речной сети от 0,23 км/км² до 0,45 км/км² на востоке области. Естественная речная сеть области не обеспечивает отвода избы-

точной влаги, поэтому строятся мелиоративные каналы, увеличивающие общую плотность гидрографической сети.

Реки Брестчины имеют небольшие уклоны, величина которых находится в обратной зависимости от длины рек. Уклоны малых рек – 0,6–11,0 ‰, средних – 0,2–0,3 ‰, а Припять и низовье Горыни имеют уклоны около 0,1 ‰. Их величина определяет характер течения. Средние скорости течения воды в больших и средних реках близки к 0,5–0,7 м/с, на перекатах они увеличиваются до 0,8–1,5 м/с, а на плесах снижаются до 0,1–0,3 м/с. В течение года можно наблюдать изменение скоростей течения рек. Во время весеннего половодья и дождевых паводков средние скорости течения увеличиваются до 1,2 м/с. Рекам Брестчины присущ смешанный тип питания. Дождевое питание составляет лишь 15–20%, доля снегового питания по сравнению с севером республики также невелика (25–30%), а мягкая зима с неустойчивым снежным покровом и неглубоким промерзанием почвы обуславливают более высокую долю грунтового питания (40–50%). Под влиянием рельефа, литологии пород, климатических условий области формируется речной сток с ее территории. На склонах Новогрудской возвышенности и Барановичской равнине, в бассейне реки Щары средний слой и модуль стока максимальные в области. Они соответственно составляют 180 мм и 5,7 л/с·км². На юге в Полесье показатели слоя и модуля стока снижаются и соответственно составляют 120–140 мм и 3,7 л/с·км². Общий объем годового стока рек достигает 10,5 км³. Основная его часть (8,3 км³) приходится на речную систему Припяти, около 1,4 км³ стока приходится на системы Западного Буга и Нарева и только 0,8 км³ через Щару направляется в Неман.

Характер питания рек Брестской области определяет внутригодовое распределение их стока. По особенностям гидрологического режима реки области относятся к рекам восточноевропейского типа со стоком во все времена года, но преимущественно весенним стоком (рисунок 2.2). Реки области имеют четкое весеннее половодье, летне-осеннюю и зимнюю межень, которые часто нарушаются паводками во время летних ливневых

дождей и зимних оттепелей. Уровень воды во время половодья превышает самый низкий летний уровень на Припяти и Западном Буге в их среднем течении на 2–3 м, на средних реках области – на 1,3–2,0 м, а на малых реках – менее, чем на 1 м.

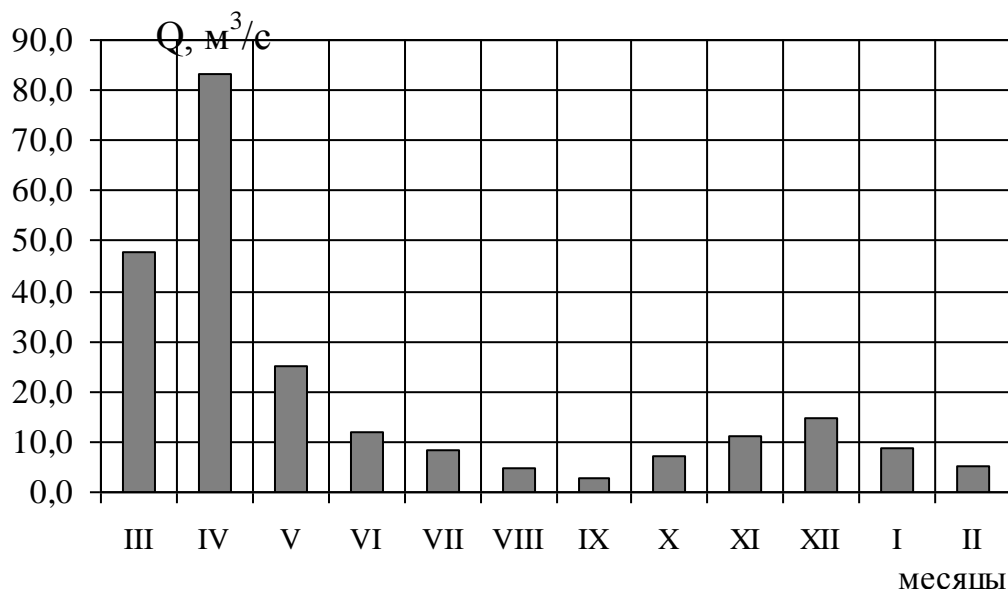


Рисунок 2.2 – Внутригодовое распределение расхода воды на р. Ясельда – с. Сенин

Продолжительность половодья достигает 120–130 суток в бассейне Припяти. Бассейны Западного Буга и Щары занимают меньшие площади, состоят из малых рек и ручьев, характеризуются меньшей заболоченностью территории, поэтому продолжительность половодья в них сокращается до 30–50 суток. Если во время половодья уровень воды поднимается выше обычного, случаются наводнения. Особенно величественные эти явления в районе впадения в Припять рек Стырь, Пины, Ясельды и Горыни, где при большом разливе все притоки Припяти сливаются вместе, образуя сплошное водное пространство шириной до 30 км. Во время летней межени на реках случаются дождевые паводки, чаще в бассейне Щары, где выпадает большее количество осадков. В бассейнах Западного Буга и Припяти дождевые паводки бывают не каждый год, их высота не превышает 0,6–0,8 м. Чаще случаются осенние паводки под влиянием затяжных дождей.

Во время наибольшего из них (ноябрь–декабрь 1974 г.) в бассейнах Припяти и Западного Буга уровень воды достиг весеннего половодья. Зимние паводки на реках во время оттепелей характеризуются невысокими уровнями по причине незначительных запасов влаги в снежном покрове. Чаше зимние наводнения бывают в бассейне Западного Буга.

На весну приходится 40% годового стока, летне-осенний период – 40% и зимний – около 20%. При этом в бассейне Западного Буга реки имеют меньший весенний сток и больший зимний сток, что объясняется более мягкой зимой и незначительными запасами влаги в снежном покрове на западе области. Меньший сток Припяти во время летне-осенней межени связан со значительной заболоченностью ее бассейна.

Реки Брестской области в основном текут по плоским и сильно заболоченным низменностям. По составу растворенных в воде минеральных солей реки Брестчины принадлежат к гидрокарбонатно-кальциевому классу и характеризуются средней степенью минерализации 200–400 мг/л. Лишь некоторые реки бассейна Припяти, протекающие по заболоченной территории, имеют минерализацию менее 200 мг/л. При значительной заболоченности территории, высокой доле торфяно-болотных почв, особенно в бассейне Припяти, много взвешенных частиц гумусового происхождения. Это обуславливает высокую цветность речных вод.

В холодное время года на реках области возникают ледовые образования: шуга, забереги, ледостав и ледоход. Первые из них появляются в конце ноября, а в течение декабря в средние по метеоусловиям годы происходит ледостав. Ледяной покров в среднем держится до второй половины марта, а весенний ледоход продолжается 4–6 суток. При затяжной весне он затягивается на больший срок. А в особо мягкие зимы ледостав на реках Брестской области вообще отсутствует.

Хозяйственная деятельность человека вызывает изменения в общем объеме и внутригодовом распределении речного стока. Создание водохранилищ ведет к выравниванию речного стока в течение года. Но при интенсификации сельскохозяйственного производства растут потери влаги, ис-

парение ее с зеркала водохранилища, что вызывает сокращение общего объема стока. Под влиянием мелиорации повышается минерализация речных вод области. Для охраны речных вод по берегам созданы водоохраные зоны: вдоль Припяти, Пины и Мухавца в среднем шириной 3 км, а для малых рек – не менее 500 м.

Через территорию Брестской области, по северу Припятского Полесья и западу Загородья, проходит водораздел Черного и Балтийского морей. К бассейну Черного моря относится речная система Припяти, правого притока Днепра, а к бассейну Балтийского моря – речные системы Щары, левого притока Немана, и Западного Буга и Нарева, которые впадают в реку Вислу.

Наиболее значительная часть Брестской области приходится на бассейн Припяти, занимающий центральные и юго-восточные районы области. Река Припять начинается в Волынской области Украины, протекает по ее территории 204 км на северо-восток, после пересечения границы Беларуси направляется на север до Пинска, а оттуда поворачивает на восток до границы с Гомельской областью. В Брестской области Припять принимает ряд притоков. Главные правые притоки начинаются на Украине: Стырь, Горынь, Ствига, которая пересекает Брестскую область, а впадают в Припять на территории Гомельщины. Слева наиболее значительные притоки: Пина, Ясельда, Бобрик-1, Цна, Лань, Случь. Припять судоходна на всем протяжении в пределах области.

Примерно 1/3 территории области (10,4 тыс. км²) занимает бассейн Западного Буга. Река начинается на Подольской возвышенности в Львовской области Украины и течет на север вдоль границы с Польшей. Ниже деревни Волчин уходит в Польшу, где впадает в реку Нарев, верховья которой находятся также в Брестской области. На территории области Западный Буг принимает только правые притоки: Капаювка, Мухавец, Лесная, Пульва.

Бассейн Щары охватывает северо-восточную часть области. Река Щара начинается из озера Колдычево в Барановичском районе на Ново-

грудской возвышенности. По склону возвышенности Щара направляется на юг, пересекает Барановичскую равнину и, выходя на север Припятского Полесья, принимает северо-западное направление. Щара имеет правые притоки Мышанка, Лахозва, Липнянка и левые – Ведьма и Гривда.

Каналы. Равнинность водоразделов речных систем Брестской области позволила еще в конце XVIII века связать их судоходными каналами.

Днепровско-Бугский канал общей длиной 196 км (в том числе искусственная часть канала 105 км) связал реку Мухавец (приток Западного Буга) с рекой Пина (приток Припяти). Строительство канала осуществлялось в период с 1775 по 1848 гг. Канал используется также как водоприемник мелиоративных систем в его бассейне. Основными водотоками и мелиоративными каналами восточного склона являются Ляховичский, Залядынский, Главный, р. Неслуха, р. Пилиповка; водораздельного бьефа – каналы Белоозерский, Дятловичский, Ореховский и Королевский; западного склона – р. Мухавец, Казачий канал, р. Шевня.

Огинский (Днепровско-Неманский) канал – это искусственное водно-техническое сооружение, являющееся частью Днепровско-Неманского водного пути. Канал соединяет Ясельду (приток Припяти) со Щарой (приток Немана). Его общая длина вместе с Выгоновским озером 54 км. Принимает сток с Краглевичского, Телеханского, Хворощанского и других мелиоративных каналов. Во время II мировой войны гидротехнические сооружения на Огинском канале были разрушены, он обмелел и потерял судоходное значение.

В 1974–1978 годах построен Микашевичский канал длиной 7 км от р. Припять до речного порта Микашевичи для вывоза продукции ПО «Гранит».

Территория Брестской области покрыта сетью мелиоративных каналов. Ее средняя густота $3,4 \text{ км/км}^2$, общая протяженность – около 111 тыс. км. Густота сети мелиоративных каналов зависит от заболоченности территории, степени ее мелиоративного освоения и изменяется в значительных пределах по районам области: от $1,28 \text{ км/км}^2$ в Барановичском районе

до 6–7 км/км² в Жабинковском, Дрогичинском, Ивановском районах. Среди мелиоративных каналов наиболее распространены магистральные, принимающие многочисленные притоки и сток из гончарных коллекторов и имеют длину от нескольких до 50 км. Наибольшие из них – канал Винец (50 км, приток Ясельды), Дубайской (47 км, приток Припяти), Заозерский (43 км, приток Главного канала в бассейне Припяти), Ляховичский (32 км, приток Днепровско-Бугского канала). По водоподводящим каналам вода подается для питания судоходных каналов (Ореховский, Белоозерский, Дятловичский, которые впадают в Днепровско-Бугский канал), промышленных объектов (Березовская ГРЭС), водохранилищ. Небольшую протяженность имеют оградяющих каналы, которые препятствуют поступлению избыточных поверхностных и грунтовых вод со склонов и возвышенных участков на пониженные мелиорированные участки.

Кроме строительства искусственных каналов на Брестчине частично или полностью канализованы многие малые и средние реки: Липнянка, Малорита, Муха и Вец, Пина, Бобрик, Левая Лесная, Лань, Цна и много других. Руслу канализованных рек углубляются, ликвидируются плесы и перекаты, выравниваются меандры. По бассейну Западного Буга канализовано 80% речной сети, Немана – 31%. В результате канализации увеличивается уклон водной поверхности, скорость течения воды, снижаются ее уровни.

На мелиоративных каналах, как и на реках, ведется любительское рыболовство.

Озера. В Брестской области насчитывается 44 озера, площадью более 0,1 км². В том числе 11 озер имеют площадь свыше 1 км², из них самое большое Выгоновское озеро в Ивацевичском районе площадью 26 км². Подавляющее большинство озер Брестчины небольшие по размерам, поэтому озёрность ее территории не превышает 1–2%. Глубина озер Брестчины как правило небольшая, только в 5 озерах она превышает 10 метров. Почти все озера области расположены группами, в центральной и южной ее частях, в пределах Брестского и Припятского Полесья (рисунок 2.3). На относительно приподнятых равнинах Предполесья озер очень мало и размеры их незначительны. Озерные котловины в большинстве случаев имеют старичное происхождение. Это небольшие и неглубокие серповидные

участки старых русел. Много озер такого происхождения находятся в долинах Припяти и Западного Буга. Большие по площади и неглубокие озера, расположенные в плоских понижениях и образовавшиеся при подъеме грунтовых вод называют озерами-разливами. Эти озера типичны для Полесья (Выгоновское, Споровское, Олтушское). Некоторые озера области образовались в результате карстовых процессов. Они занимают небольшую площадь, но их котловины имеют значительную глубину (Вульковское, Сомино, Белое в Брестском районе).

Гидрологический режим озер области определяется климатическими особенностями и строением подводной части их котловин. Мягкий, достаточно влажный климат и довольно густая речная сеть определяют положительный баланс водного питания. Расходуется вода на испарение и сток, но большинство озер Брестчины слабопроточные. В глубоких озерах весь объем воды меняется за 5–10 лет, а в мелководных – за 1–2 года. Уровень воды в озерах поднимается во второй половине марта, после таяния снега. Но при небольших запасах влаги в снежном покрове и низменных заболоченных берегах озер, высота подъема воды меньше, чем в Белорусском Поозерье.

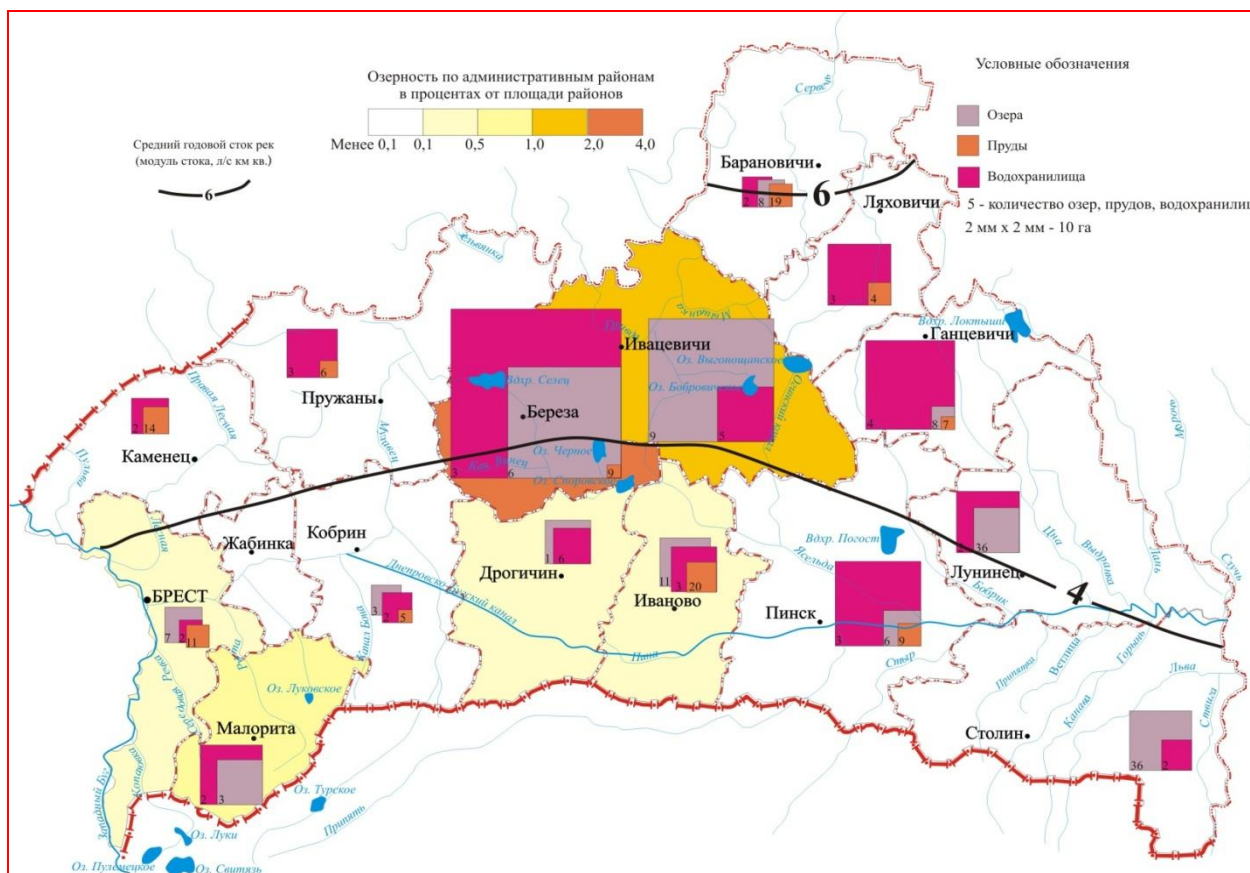


Рисунок 2.3 – Озерность Брестской области

Летом поверхностный слой воды прогревается до $+18...20^{\circ}\text{C}$, с глубиной температура воды понижается примерно на $3-5^{\circ}\text{C}$ на каждый метр. Мелководные озера летомгреваются до самого дна. Зимой у поверхности температура воды около 0°C , а с глубиной она повышается до $+4^{\circ}\text{C}$. В суровые зимы мелководные озера могут промерзнуть до дна.

При прогревании воды неглубоких озер летом наблюдается так называемое «цветение воды» из-за массового размножения водорослей. В это время вода насыщается кислородом за счет усиления фотосинтеза. В зимнее время содержание кислорода в мелких озерах снижается до критических величин, приводя к заморам рыбы. Усиленное гниение остатков органики на дне озер полесского типа определяет низкое содержание кислорода даже летом. По химическому составу озера Брестчины имеют слабую гидрокарбонатно-кальциевую минерализацию. Поскольку в питании озер области значительную роль играют болотные воды, то вода в них приобретает желтовато-коричневый цвет. Основной гидрохимический показатель –

активная реакция воды (рН) близка к нейтральной, летом в мелководными озерах, где значительная доля в питании приходится на болотные воды, реакция воды слабощелочная. Гидрологические и гидрохимические особенности озер Брестской области обуславливают развитие живых организмов в их водах. К бентосной группе животных относятся малощетинковые черви, моллюски, ракообразные. Представители планктона и бентоса являются пищевой базой для озерных рыб. В озерах области встречаются окунь, щука, ряпушка, карась, лещ, плотва.

По внешним признакам, особенностям перемешивания воды, газовому составу и составу ихтиофауны озера Брестской области разделяют на 3 генетические группы: мезотрофные, эвтрофные и дистрофные. Мезотрофных озер немного. Это озера со значительной глубиной, с хорошо выраженной температурной стратификацией, богатые кислородом, с чистой и прозрачной водой. В узкой прибрежной зоне развита полоса надводных растений. К этой группе относятся наиболее глубокие озера области: Вульковское, Соминское, Белое в Брестском районе, Завищанское, Белое в Дрогичинском районе. Шире представлены эвтрофные озера, которые имеют небольшие глубины, поэтому температурная стратификация в них нарушается в различные времена года, количество кислорода с глубиной резко сокращается, уменьшается их прозрачность. В прибрежной зоне развивается широкая полоса зарослей надводных и полупогруженных растений. К эвтрофным озерам относятся Споровское, Черное (Березовский район), Олтушское, Ореховское озера. Дистрофные озера всегда мелководные, с малой прозрачностью воды желто-коричневого цвета. Летом такие озера прогреваются на всю глубину. Интенсивное разложение большого количества отмерших растений на дне таких водоемов обуславливает образование на их дне мощных торфяников и сапропелей, поэтому в воде этих озер очень мало кислорода даже летом. Ихтиофауна этих озер обедненная, однообразная преимущественно карасевая. Примером дистрофного озера является самое большое в области Выгоновское озеро, зарастающие по всей поверхности. Надо иметь в виду, что часто в одном озере встречаются черты нескольких генетических типов.

Водохранилища. В Брестской области построено свыше 30 водохранилищ с общей площадью более 121 км² и объемом воды более 351 млн.м³.

Поверхность крупнейших водохранилищ превышает 10 км², а объем воды в них несколько десятков млн.м³. К ним относятся: Береза-1, Локтыши, Погост, Селец, Луковское, Велута. Некоторые водохранилища созданы путем увеличения площади озер (например, Погост, Луковское). Особенно много в области водохранилищ речного типа, образовавшихся на реках при строительстве плотин (Селец, Береза-1, Локтыши). Немало водохранилищ наливного типа, куда вода подается насосами (Джидинье, Велута, Большие Орлы).

Строительство водохранилищ ведется в разных целях: для двустороннего регулирования влажности мелиорированных сельхозугодий, комплексного использования водных ресурсов области, развития рыбного хозяйства. Кроме этих целей некоторые водохранилища используются для развития рекреационных систем (Паперня, Погост), разведения и сохранения дичи (Беловежская Пуца), водоснабжения населенных пунктов (Миничи), строительства небольших межхозяйственных электрических станций (Кутовщина). Водоохранилища области принадлежат к полесскому типу, который характеризуется наибольшими в Беларуси площадями затопления и незначительными глубинами (максимальные до 6 м). Уровень воды поддерживается искусственным регулированием стока. Подавляющее большинство водохранилищ имеет хорошо выраженное снижение воды зимой, период весеннего наполнения и летне-осеннюю сработку.

В области имеется много искусственных водоемов с объемом воды менее 1 млн.м³. Обычно их называют прудами. Преобладают они в долинах малых рек, ручьев и временных водотоков, на местах бывших карьеров и торфоразработок. В отличие от водохранилищ пруды имеют относительно устойчивый уровненный режим.

2.2.4 Ресурсы растительности

Современный облик растительности обусловлен сложной геологической историей и современными природными процессами, на которые существенно влияет хозяйственная деятельность человека. Разнообразие флоры Брестчины связано с географическим положением области в пере-

ходной полосе от евразийской хвойно-лесной к европейской широколиственно-лесной зоне.

Флора Брестской области насчитывает около 1400 видов высших сосудистых растений, в том числе свыше 220 интродуцированных экзотических деревьев и кустарников. В ее формировании участвовали элементы плиоценовой флоры, которая значительно изменилась под влиянием холодного климата ледниковых эпох антропогена. В это же время распространились элементы тундровой флоры. Близкий к современному характер флора области приобрела в голоцене. На ее территории распространились требовательные к теплу и почвам растения: граб, зимний дуб, тис. Только в пределах Полесья встречается понтийская азаля. Представители древней тундрово-болотной и бореальных флор сместились на север и на территории области находятся в островных изолятах или у южной границы своего ареала. К ним относятся, например, сфагновые мхи, более распространенные в северной Беларуси и ель европейская, которая имеет сплошное распространение только в северной части области, а на Полесье встречается в островных местоположениях. Наконец, с юга и юго-востока проникли отдельные виды степных растений: перекати поле, дрок красильный и др. В составе флоры Брестской области сохранились реликтовые растения, которые входили в состав флор минувших геологических эпох. С ледниковых и межледниковых эпох сохранились пушица влагалищная, клюква болотная, понтийская азаля (рододендрон желтый). Реликтом голоцена являются плющ обыкновенный, черемша, лунник оживающий (с атлантического периода), герань темная и шалфей луговой (с суббореального периода). На территории области выявлено множество редких и исчезающих видов растений, включенных в Красную книгу Республики Беларусь, более 50 видов ценных лекарственных растений. Совокупность всех растительных сообществ области образует ее растительный покров. Естественный растительный покров занимает свыше 55% ее территории. В зависимости от экологических условий в области развиваются следующие типы растительного покрова: лесная, луговая, болотная и водная растительность. Под влиянием хозяйственной деятельности человека расширяется культурная растительность.

Среди естественной растительности преобладают леса, на них приходится 32,9% территории области. Леса являются зональным типом растительности и преобладают на плакорных междуречных пространствах. Лесная растительность среди других типов растительного покрова играет наиболее важную роль в организации туристско-рекреационных занятий. Главные лесообразующие породы участвуют в формировании основных типов леса, которые имеют следующее распространение в области: сосновые – 54,5%, березовые – 21,4%, черноольховые – 14,3%, дубовые – 3,9%, еловые – 3,3%. Кроме них встречаются грабовые, ясеневые, осиновые леса.

К хвойным относятся сосновые (боры) и еловые леса. В сосновых лесах преобладает сосна обыкновенная, которая отличается нетребовательностью к почвенно-климатическим условиям и поэтому растет как на сухих песчаных почвах, так и на заболоченных участках. На возвышенных участках, сложенных песками, растут лишайниковые или брусничные боры. На супесчано-суглинистых почвах получают развитие боры-зеленомошники с вереском, можжевельником или черничником. Такие сосновые леса наиболее продуктивны. При увеличении увлажнения развиваются боры-долгомошники, в которых появляются хвоци, осоки, молиния. Значительное переувлажнение ведет к развитию сфагновых сосняков с примесью багульника, голубики. Сосна растет здесь в очень угнетенном состоянии. В древесном ярусе сосновых лесов Брестчины часто примешиваются широколиственные (дуб, липа, клен) или мелколиственные породы (береза, осина). Еловые леса, со значительной примесью широколиственных пород – граба, липы, клена, лещины, распространены в области в основном в северных районах. В более влажных местах к ели примешивается черная ольха. В Брестской области примерно по линии Ружаны-Ганцевичи проходит южная граница сплошного распространения ели европейской. На юге, в пределах Полесья, еловые леса встречаются в островных местоположениях, где преобладает быстрорастущая карпатская раса ели европейской. Еловые леса растут на хорошо увлажненных, но не заболоченных почвах. Вследствие значительного затенения подлесок и травяно-моховой ярус разреженные. В подлеске растут теневыносливые кустарники – бересклет бородавчатый, лещина и другие. Обычными спутниками еловых лесов среди трав являются кислица, майник, плауны. Моховой покров хо-

рошо развит, в зависимости от степени увлажнения почвы он образуется из зеленых мхов, кукушкиного льна, реже сфагнома.

Среди широколиственных лесов области наиболее распространены дубравы, встречаются также грабовые и ясеневые леса. Они растут на слегка повышенных участках, на супесчаных или суглинистых почвах с нормальным увлажнением. В широколиственных лесах хорошо развит подлесок и травяной покров. Подлесок состоит преимущественно из лещины и бересклета, с примесью крушины ломкой, рябины, черемухи, калины, малины и некоторых других видов. Травяной покров в широколиственных лесах разнообразен. Светлюбивые травы (звездчатки, медуница, лютики, фиалка и др.) развиваются весной до появления листьев на деревьях. Теневыносливые травы (кислица, воронец, папоротники) развиваются летом. В травяном покрове широколиственных лесов Брестчины много западноевропейских видов (арника горная, зубянка луковичная и др.). Моховой покров в широколиственных лесах развит слабее, чем в смешанных.

К мелколиственным относятся березовые, черноольховые, осиновые леса. Они развиваются по вырубкам, пожарищам, речным долинам, низинным болотам и около озер. В качестве примесей в них встречаются осокорь, черемуха, крушина, калина, рябина, а иногда и широколиственные и хвойные деревья. Березовые леса растут на хорошо освещенных участках, поэтому преобладают в начале зарастания вырубков и пожарищ. Черноольховые леса растут на переувлажненных почвах, причем с увеличением проточности вод увеличивается их производительность. На местах застойного увлажнения ольха черная заменяется березой пушистой. Осинники быстро разрастаются на пустырях и вырубках, но осина требовательна к почвенно-грунтовым условиям и избегает сухих песков.

Породный состав лесов имеет большое значение для организации оздоровительной и лечебной рекреации (таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Уровень благоприятности типов леса для организации лечения (Тарасенок, 2003)

Типы леса	Виды терапии		
	общая	легочных заболеваний	сердечно-сосудистых заболеваний
Дубовые леса: на свежих и влажных почвах (орляковые, кисличные, черничные, снытевые, пойменные)	++	+	++
на сырых почвах (крапивные, папоротниковые, злаковые)	+	–	++
Березовые леса: на сухих, свежих и влажных почвах (лишайниковые, вересковые, брусничные, орляковые, черничные, кисличные, снытевые, мшистые)	++	+	++
на сырых и мокрых почвах (крапивные, долгомошные, папоротниковые, приручейно-травяные, осоковые, осоково-сфагновые)	+	–	–
Сосновые леса: на сухих, свежих и влажных почвах (лишайниковые, вересковые, мшистые, орляковые, кисличные, черничные)	++	++	–
на сырых и мокрых почвах (долгомошные, багульниковые, приручейно-травяные, осоковые, сфагновые)	–	–	–

Примечание: уровень благоприятности лесов: «++» – благоприятные, «+» – малоблагоприятные, «–» – неблагоприятные.

Другие типы лесов характеризуются более слабыми терапевтическими свойствами. Заболачивание лесов ведет к снижению их лечебных свойств.

На фоне общего увеличения лесопокрытой площади Брестской области происходит постепенное увеличение доли лиственных пород, и уменьшение хвойных. Это результат лесовосстановительных работ, направленных на оптимизацию породного состава для хозяйственного использования лесов.

Луговая растительность Брестской области состоит из сообществ многолетних трав, которые не прекращают развития в течение теплого периода. Такие травы называют мезофильными, и характерны они для лугов лесной зоны. Вместе с тем луговая растительность области испытывает существенное влияние со стороны степной растительности. На сухих богатых дерново-подзолистых почвах встречаются типичные степные растения: овсяница шершаволистная, тонконог, мятлик узколистный, вероника колосистая.

В зависимости от характера рельефа и водного питания луга разделяют на суходольные, низинные и пойменные (заливные). Суходольные луга занимают 8,9% всех лугов области. Они расположены на повышенных элементах рельефа и получают преимущественно атмосферное увлажнение. Травостой суходольных лугов образуют злаки и разнотравье. Из злаков в зависимости от увлажнения характерны булавоносец седой, овсяницы овечья и красная, метлица тонкая и собачья, душистый колосок; разнотравье – щавель малый, ястребинка волосистая, тысячелистник обыкновенный, лютики едкий и ползучий; бобовые – клевер луговой и ползучий, горошек мышиный.

Низинные луга наиболее распространены, на них приходится 67,2% всех лугов области. Они занимают глубокие понижения водоразделов и надпойменных террас и увлажняются преимущественно грунтовыми водами, водами поверхностного стока и атмосферными осадками. Травостой низинных лугов состоит из злаков (щучка дернистая, метлица собачья и

белая, мятлики болотный и обычный), осок и значительной примеси влаголюбивого разнотравья (гравилат городской, лютики ползучий и едкий, незабудка болотная). На низинных лугах развивается моховой покров из зеленых мхов.

Заливные (пойменные) луга, приуроченные к поймам рек, занимают 25% от общей площади лугов. Эти луга образуются в условиях ежегодного затопления весенними водами. В зависимости от степени увлажнения травостой таких лугов меняется от разнотравно-мелкозлакового (овсяница красная, метлица тонкая, душистый колосок, подорожник ланцетный, клевер луговой) до осоково-крупнозлакового (ситняг нитевидный, осоки: острая, пузырчатая, сближенная, лисья и другие, влаголюбивые злаки – вейник тростниковидный, манники). Пойменные луга имеют наибольшую производительность.

Заболоченность территории Брестской области составляет 21%. Большинство болот области низинного типа. На них приходится 88,2% всех болот. Низинные болота образовались при зарастании водоемов, в долинах рек, около озер, заболачивании плоских водораздельных пространств с неглубоким залеганием грунтовых вод. Этим обусловлено богатое минеральное питание и наиболее разнообразная болотная растительность. По характеру растительности низинные болота делятся на лесные, травяные и моховые. Из деревьев и кустарников на таких болотах растут береза пушистая, ольха черная, иногда ель или сосна и очень часто пельная ива. В травяном покрове преобладают осоки (омская, нитевидная), тростник, сабельник, ирис, бобовник, болотный хвощ. Развиты гипновые мхи. На очень обводненных болотах преобладают тростниковые, хвощевые, травяно-гипновые и осоково-гипновые сообщества. Большие травяные болота известны под названием «гало». На менее обводненных болотах преобладают осоково-злаковые, черноольхово-крапивно-разнотравные сообщества. Верховые и переходные болота распространены на небольших площадях в Ганцевичском, Столинском, Ивацевичском районах. Их общая доля от площади всех болот 11,8%. Растительность на них существует поч-

ти исключительно за счет атмосферного питания, поэтому она очень однообразна. Преобладают сфагновые мхи, встречаются росянки. Древесный ярус представлен редкими карликовыми соснами, которые не могут использовать холодную и бедную питательными веществами воду. Очень распространена здесь клюква, пушица, изредка попадает морошка. На переходных болотах условия питания растений улучшаются и их состав обогащается. Появляются ивы, ольхи, березы и осина.

С хозяйственной деятельностью человека связана синантропизация растительности области. Она проявляется в расширении площадей, занятых культурной растительностью, увеличении в составе флоры доли интродуцированных растений, наиболее значимых для развития познавательного туризма. Вместе с расширением культурной растительности распространяются сорняки. Вдоль дорог и улиц в населенных пунктах, в парках высаживаются декоративные растения, которые отличаются своими размерами, формой кроны, строением и цветом цветов. Для озеленения используются как местные, так и интродуцированные растения. Среди них много цветковых растений (розы, тюльпаны, гладиолусы, гиацинты и др.), кустарники (сирень, можжевельники виргинский и казацкий) и деревья (сосны, ели, пихты, дубы, орехи и др.). Интересные коллекции древесных аборигенных и интродуцированных экзотических растений собраны в дендрологических парках: Кобринском, Поречском, Ружанском и Совейковском.

2.2.5 Фаунистические ресурсы

Историческое развитие животного мира на территории области привело к формированию фауны Брестчины. Современная фауна области относится к лесной зоне Европейско-Сибирской области Голарктического царства.

Фауна области имеет различное происхождение в связи с неоднократной сменой исторических условий ее формирования и природных осо-

бенностей территории. Неоднократные оледенения в антропогене приводили несколько раз к почти полному вымиранию прежних фаунистических комплексов. Формирование современной фауны происходило после освобождения всей территории от покровного оледенения и потепления климата Беларуси. В голоцене возрастающее влияние на формирование фауны Брестчины оказывал человек. Охота на зверя и птицу началось еще в неолите, расширение пахотных земель и сокращение лесных массивов привели к уменьшению численности многих диких животных и вымиранию некоторых видов. До XV–XVIII веков в лесах Брестчины жили соболя, бобры, лесные лошади – тарпаны, благородные олени, дикие лесные быки – туры, зубры. Расширилось распространение животных, которые приспособились к жизни рядом с человеком. Значительно расселились и стали более многочисленными и степные виды в связи с расширением открытых пространств. Это серая куропатка, перепела, заяц-русак, обыкновенный хомяк, пестрый суслик, хохлатый жаворонок. В течение последнего века практиковалось реакклиматизация некоторых ранее вымерших на Брестчине животных. В результате на территории области опять встречаются зубры, благородные олени, бобры. Успешно акклиматизированы в области ряд новых видов преимущественно промыслового значения: ондатра, енотовидная собака.

В состав фауны области входят группы животных, которые развивались в различных географических условиях. Представителем тундровой фауны является довольно редкий на Брестчине заяц-беляк. Более разнообразны в области типичные животные тайги: лось, рысь, белка, глухарь, рябчик, снегирь, трехпалый дятел, клест-еловик и некоторые другие. Эти животные живут в смешанных сосново-широколиственных лесах и чаще встречаются в северной части области, где в лесах распространена ель. Но самым многочисленным и разнообразным элементом фауны являются животные европейских широколиственных лесов. Наличие различных географических групп животных в составе фауны связано с неоднократной сменой условий среды. Некоторые реликтовые животные, характерные для

минувших эпох, сохранились до настоящего времени. Больше всего реликтов сохранилась с ледникового времени: зубр, из рыб – налим. Реликтом ксеротермического времени голоцена является авдотка.

Заселение животными разнообразных местообитаний с различными природными условиями привело к формированию нескольких типов зооценозов. Наиболее богатые, сложные и разнообразные лесные зооценозы. В них богато представлены животные, которые питаются различными частями растений. Это растительноядные насекомые, многие из которых являются вредителями леса: жуки-короеды, дровосеки, жук-олень, хрущ, большой сосновый слоник, ольховый листоед, бабочки-шелкопряды и много других. Среди растительноядных позвоночных животных в почвенно-наземном ярусе много грызунов и копытных. Это зубр, косуля, благородный олень, кабан, лось, лесная рыжая полевка и обыкновенная лесная мышь, европейская желтогорлая мышь. В древесном ярусе плодами и семенами кормятся разнообразные птицы: глухарь, тетерев, рябчик, дрозд-белобровик, лесной жаворонок, дубонос, щегол, овсянка, чечевица. Причем во время вскармливания птенцов даже эти птицы питаются преимущественно насекомыми. В дуплах деревьев или гнездах на деревьях живут сони (орешниковая, полчок, садовая и лесная), а также белки.

В почвенно-наземном ярусе лесных зооценозов Брестчины живут представители насекомоядных млекопитающих – крот, еж, бурозубки. Их можно встретить также и в кустарниках, на огородах и полях. Здесь же, в наземном ярусе лесов встречаются амфибии – обыкновенная жаба, травяная и остромордая лягушки. Насекомыми питаются также прыткая и живородящая ящерицы и безногая ящерица-веретеница. В кронах деревьев и в воздухе ловят насекомых разнообразные птицы, млекопитающие из отряда рукокрылых и довольно редкая древесная лягушка – квакша. Представителями насекомоядных птиц в лесных зооценозах являются трехпалый, черный, большой и средний пестрые, зеленый дятлы, синицы, лесной конек, желтоголовый королек, иволга, мухоловки, соловей и другие. Из рукокры-

лых на Брестчине живут около десятка видов летучих мышей: вечерницы, двухцветная летучая мышь, нетопырь-карлик и другие.

Разнообразны в лесах Брестчины хищные животные и птицы. В наземном ярусе лесов живут волк, лисица, барсук, енотовидная собака. На земле кормятся мелкими грызунами, лягушками, птицами и их яйцами уж, гадюка и медянка. В дуплах деревьев живет лесная куница, хорошо лазает по деревьям, но строят гнезда преимущественно под корнями деревьев или в норах горностаи и ласка, которые и охотятся преимущественно на земле. В древесном ярусе живет единственный представитель кошачьих на Брестчине – рысь, которая в настоящее время стала очень редкой. Много в лесах области хищных птиц: чеглок, ястребы тетеревиный и перепелятник, малый подорлик, коршуны, обыкновенный канюк, ушастая и серая совы, обыкновенная неясыть, филин, мохноногий и воробьиный сычи.

Зооценозы болот и заливных лугов менее разнообразны и богаты. Типичных млекопитающих здесь мало, многие из них заходят сюда из соседних лесов в поисках пищи. Но птицы на болотах и заливных лугах довольно разнообразны. На луга выходят пастись лоси и косули, типичными млекопитающими, которые питаются зеленой массой растений и их семенами являются водяная крыса и обыкновенная полевка. Некоторые птицы, такие как тростниковая овсянка, питаются семенами луговых и болотных растений, другие – серый журавль и прилетающие из леса тетерева – ягодами и зеленой массой растений. Часто для добычи почвенных насекомых заливные луга посещают землеройки и кроты. Очень разнообразны на лугах и болотах насекомоядные птицы. Это различные кулики (бекас, фифи, травник, турухтан, кроншнеп, веретенник и чибис); встречаются на болотах и лугах коростель, пастушок, луговой чекан, луговой конек, белая и желтая трясогузки, камышевки. Здесь же можно встретить синицу-ремеза, которая строит интересное гнездо в виде варежки. Насекомоядные амфибии и пресмыкающиеся представлены теми же видами, что и в лесах. Для охоты на мышевидных грызунов сюда заходят горностаи, ласка и черный хорек. Грызуны, амфибии и пресмыкающиеся, различные беспозвоночные

являются добычей белого аиста, цапель, а также дневных хищных птиц (канюков, луней, пустельги и др.). Своеобразным представителем пресмыкающихся в этих зооценозах Брестчины является болотная черепаха, занесенная в Красную книгу Беларуси. Она кормится в воде беспозвоночными, головастиками и мелкой рыбой.

Зооценозы водоемов очень своеобразны. Одни животные только часть жизни проводят в воде и живут в прибрежной зоне. Болотными и околководными растениями питаются бобр и ондатра, многие водоплавающие птицы: утки кряква и серая, чирки, нырки, серый гусь, лебедь-шипун. Весной и осенью во время перелетов на водоемах Брестской отдыхает большое количество северных гусей, уток, лебедей. Все гусеобразные вместе с растительной пищей поедают и насекомых, моллюсков, а изредка и головастиков амфибий и мелкую рыбу. В прибрежной зоне различные беспозвоночные являются добычей и для насекомоядных млекопитающих: бурозубок и куторы; птиц из отряда журавлеобразных: лысухи, камышницы, водяного пастушка и погоньша; ржанкообразных: крачек и куликов (малого зуйка, перевозчика и др.). Здесь же обычно живут и амфибии: прудовая и озерная лягушки, тритон и другие виды, характерные для болот и лугов. Мелкие грызуны, амфибии, моллюски – это кормовая база для таких хищников, как выдра и норка. На побережье водоемов селятся птицы, которые питаются рыбой: большая и малая поганки, обыкновенная чайка. Очень редкая на Полесье скопа питается исключительно рыбой. Чаще ее можно встретить во время перелетов. Брестская область занимает ведущее место в республике по общему и гнездящемуся разнообразию птиц, количеству и численности охраняемых видов. Это связано с сохранением в естественном состоянии крупнейших в Европе открытых низинных болот и сильно обводненных пойм равнинных рек, имеющих существенное значение для сохранения биоразнообразия и природного наследия, а также занимающих особое место в системе евро-африканских сезонных миграций птиц.

Вторую группу животных, населяющих водные зооценозы, образуют постоянные жители водной среды. Среди них разнообразные беспозвоноч-

ные, многие из которых играют важную роль в кормлении рыб. Это моллюски, личинки хиронамид, ручейники, пиявки, олигохеты, которые живут на дне водоемов. Из планктонных организмов пищей для мальков часто являются ветвистоусые рачки. А человек ловит в некоторых водоемах области речных раков. Среди рыб озерно-речных вод Брестчины преобладают карпообразные: плотва, лещ, карась, линь, язь, елец, голавль, красноперка, уклейка, густера. В Припяти очень редко можно встретить стерлядь, а в бассейне Западного Буга – хариуса. Все эти рыбы питаются преимущественно водными беспозвоночными, а также растительной пищей. Есть среди рыб в водоемах области и хищники: окунь, ерш, щука, изредка встречаются судак, сом и угорь. Крупные щуки и сомы могут хватать водоплавающих птиц, водяных крыс. За последние десятилетия интродуцированы новые виды: амур белый и черный, бычки, ротан-головешка, бурый и пятнистый сомы-кошки, стерлядь, форель радужная, толстолобик и др. В ихтиологическом заказнике «Стронга» на севере области существует наиболее устойчивая в стране популяция форели ручьевой.

Необходимо отметить растущую популярность любительского рыболовства. Этот вид отдыха зачастую превращается в настоящий промысел, поэтому рост числа рыболовов-любителей и все большая доступность самых отдаленных водоемов (водотоков) самым серьезным образом влияет на промысловые запасы рыбы.

Многие животные в разной степени приспособились к жизни рядом с человеком. Они населяют открытые пространства полей и огородов, живут в садах и парках, селятся даже в постройках человека. На открытых местах в поселениях, а также в сараях, поленицах дров селятся ласка, хорь, куница-белодушка. На пахотных участках и садах можно встретить насекомоядных крота, ежа, бурозубок; птиц и грызунов, питающихся семенами зерновых культур. В садах и парках, на постройках гнездятся голуби, скворцы, галки, вороны, грачи, ласточки, серая сова и домовый сыч, белый аист и другие. С жильем человека очень часто связаны некоторые грызуны-

вредители и насекомые. На грядках, в садовой траве, возле дорог в канавах обычно живут лягушки, жабы и ящерицы.

Много животных Брестчины издавна используются в хозяйственной деятельности человека. Есть и вредные для человека и его деятельности животного. Наибольшую хозяйственную ценность представляют охотничье-промысловые виды. Они являются базой для развития спортивной и промысловой охоты и, в зависимости от целей заготовки, разделяются на дичь и пушных зверей. Представителями охотничьей фауны являются 19 видов млекопитающих и 28 видов птиц. Те виды, которые добываются для получения мяса, пуха и перьев, шкур, рогов называют дичью. В Брестской области ведется учет следующих видов дичи: лося, оленя, косули, кабана. Среди пернатой дичи главными являются водоплавающие птицы, боровая дичь (тетерева, глухари, рябчики, акклиматизирован фазан), а также серая куропатка. Шкурки пушных зверей используются на меховые изделия. Среди животных области ради ценного меха добываются лиса, зайцы, белка, куница, горностай, хорь, енотовидная собака, бобр, выдра и некоторые другие. Волк и рысь, опасные для человека хищники, могут приносить вред животноводству и охотничьему хозяйству, но в настоящее время стали редкими, а для сохранения рыси даже нужны специальные защитные меры, поэтому этот вид включен в Красную книгу Беларуси. Запрещена в области добыча и некоторых других редких и ценных охотничье-промысловых зверей и птиц, а также видов, которые приносят пользу сельскому и лесному хозяйству, уничтожая вредителей. Исключительно положительную роль в природе и для хозяйства имеют все виды дятлов, сов, дневных хищных и певчих птиц, летучих мышей. Они уничтожают большое количество насекомых-вредителей лесных насаждений и сельскохозяйственных растений. К таким вредным насекомым относятся шелкопряды, пилильщики, майские жуки, короеды, долгоносики, шелкоуны, тля, озимая совка, колорадский жук, плодожорки и других. Среди грызунов наиболее опасны полевки, полевые и домовые мыши, водяные и домовые крысы.

Анализ динамики численности промысловых видов животных свидетельствует о стабилизации численности оленьих (лось, олень, косуля), околотовных животных (ондатра и выдра). При этом наблюдается рост численности кабана, отмечается некоторое снижение численности зайцев, остается достаточно высокой численность хищников (волк, лисица, енотовидная собака), оказывающих сильное негативное влияние на другие виды животных. Среди пернатой дичи отмечается стабилизация численности глухаря и снижение численности тетерева, серой куропатки, а также водоплавающих птиц.

2.2.6 Особо охраняемые природные территории и памятники природы

Особо охраняемые природные территории – это территории (включая атмосферный воздух над ними и недра) с уникальными, эталонными или иными ценными природными комплексами и объектами, имеющими особое экологическое, научное, историко-культурное, эстетическое и иное значение, изъятые полностью или частично из хозяйственного оборота, в отношении которых установлен особый режим природопользования. Основной целью создания особо охраняемых природных территорий является сохранение биологического и ландшафтного разнообразия, уникальных и типичных природных ландшафтов, экологического равновесия. Особо охраняемые природные объекты имеют не только высокую экологическую ценность, но и психолого-эстетическую привлекательность и познавательный потенциал, поэтому они используются для целей туризма и рекреации.

В настоящее время на территории Брестской области размещается национальный парк «Беловежская пуца», 19 заказников республиканского значения общей площадью свыше 362 тыс. га, из них 5 ландшафтных, 12 биологических, 2 гидрологических заказника, что составляет 11% от территории области, а также 28 заказников местного значения общей площадью более 33 тыс. га, что составляет 1% от территории области, 34 памят-

ника природы республиканского значения и 36 памятников природы местного значения на площади около 1632 га.

Общая площадь ООПТ без учета ГПУ Национальный парк «Беловежская пуща» составляет почти 400 тыс. га или 12,1% от территории области, а с учетом площади ГПУ Национальный парк «Беловежская пуща» (87 тыс. га) – свыше 485 тыс. га, или около 14,8% территории области.

В области выявлено и передано под охрану более 750 мест обитания и произрастания 42 видов животных и 52 видов растений, занесенных в Красную книгу Республики Беларусь.

На Брестчине сосредоточено 2/3 всех ландшафтных заказников Беларуси, что свидетельствует о достаточно высокой степени ландшафтного разнообразия. Большинство из ландшафтных заказников сосредоточены на юге области в пределах Полесской низменности, где сохранились болотные массивы, имеющие значимость, как орнитологические водно-болотные угодья и резерваты влаги, формирующие климат Европы. Естественное состояние ландшафтов, биологическое разнообразие этих территорий создают предпосылки для включения их в национальную и единую экологическую сеть Европы.

Национальный парк «Беловежская пуща» включён в мировую сеть биосферных заповедников, а также в Список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. После ратификации Рамсарской конвенции 1999 г. В Беларуси образовано 8 Рамсарских территорий, имеющих международное значение главным образом как мест обитания водоплавающих птиц. 5 из них расположены на территории Брестской области. Это заказники республиканского значения «Споровский», «Средняя Припять», «Званец», «Ольманские болота» и «Простырь». В разработанных впервые в Беларуси планах управления Рамсарскими угодьями даны рекомендации по оптимизации и мониторингу гидрологического режима, осуществлению мероприятий по сохранению редких видов флоры и фауны.

На юго-западе области, на стыке границ Беларуси, Польши и Украины создан биосферный резерват «Прибужское Полесье» по программе «Человек и биосфера» (МАВ), занимающейся разработкой проблем управления естественными ресурсами и путей сосуществования человека и природы. Целью создания резервата является установление оптимальных

взаимоотношений между человеком и природой в пределах долины реки Западный Буг и плоских заболоченных водоразделов его притоков. На этой территории выявлены редкие для региона виды ландшафтных урочищ, своеобразные геоморфологические объекты – дюны, комплексы верховых и переходных болот, небольшие лесные озера, а также большое количество редких и исчезающих видов флоры и фауны. В перспективе планируется объединение резервата «Прибужское Полесье», Шацкого национального парка (Украина) и Полесского парка народного (Польша), имеющих смежные границы, и создание в прирусловой части и бассейне Западного Буга трансграничного биосферного резервата «Западное Полесье».

Среди памятников природы преобладают ботанические, в том числе лесонасаждения, отдельные деревья, 22 старинных парка, которые богаты интродуцированными видами древесных и кустарниковых пород. Так, в старинном парке «Поречье» Пинского района произрастает 60 видов деревьев, в том числе очень редких экзотов: тюльпанное дерево, болотный кипарис обыкновенный, дуб болотный, лапина, бук лесной темно-пурпурный, дуб бархатистый. В парке г. Кобрин произрастают 70 видов древесно-кустарниковой флоры, среди них крупные экземпляры кипарисовника горохоплодного, сумаха, дуба северного и др.

На территории области произрастают уникальные экземпляры вековых деревьев дуба, имеющие эстетическую, культурно-историческую, научно-познавательную ценность. В Малоритском районе находится памятник природы республиканского значения – Пожежинский царь-дуб, имеющий возраст 800 лет. Самые старовозрастные сосны произрастают в Беловежской пуще, там выявлено 5 деревьев с возрастом до 480 лет. В Беловежской пуще произрастает самая старая в Беларуси группа из 13 деревьев ели возрастом 240–310 лет, единственная в стране дикорастущая популяция пихты белой.

Литература

Геаграфія Брэсцкай вобласці / С.В. Арцеменка [і інш.] ; Пад рэд. С.В. Арцеменкі, А.У. Грыбко. – Мінск : БДУ, 2002. – 388 с.

Грибко, А.В. Природные ресурсы Брестской области / А.В. Грибко, М.В. Маслобоев, О.И. Грядунова, В.К. Карпук. – Брест : ОДО «АртЛайн-Сити», 2007. – 68 с.

Пидопличко, А.П. Торфяные месторождения Белоруссии (генезис, стратиграфия и районирование) / А.П. Пидопличко. – Минск : Изд-во АН БССР, 1961. – 192 с.

Тарасенок, А.И. Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси: Учеб.-метод. пособие / А.И. Тарасенок. – Минск : ЕГУ, 2003. – 120 с.

Черчик, Л.М. Рекреаційні ресурси: теорія та методологія / Л.М. Черчик. – Луцьк : ЛНТУ, 2009. – 199 с.

Шкляр, А.Х. Климатические ресурсы Белоруссии и использование их в сельском хозяйстве / А.Х. Шкляр. – Минск : Вышэйшая школа, 1973. – 432 с.

Глава 3 ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТУРЫ

3.1 Организация экологических туров

3.1.1 Анализ ресурсов и оценка спроса

Экологический туризм (как туристский продукт) может реализоваться в различных формах. Наиболее востребованными из них являются следующие формы: природоведческие или экологические экскурсии (прогулки по экологической тропе, посещение музеев на территории национальных парков, экскурсии в хозяйства с передовой «экологичной» сельскохозяйственной технологией и т.д.); сельский туризм, спелеотуризм (путешествие в пещеры), морские путешествия на парусных судах, путешествия с целью наблюдения за птицами и др. Успешно реализуемой формой экотуризма является так же работа летних экологических лагерей студентов и школьников и т.д.

Организация любого экологического тура требует, прежде всего, выявления необходимых предпосылок для формирования приемлемого и привлекательного для туристов продукта. Эффективное и безопасное планирование и эколого-туристское освоение любой территории невозможно без подробной и достоверной информации о самых разнообразных *характеристиках интересующего региона*. А.С. Кусков выделяет 7 подобных характеристик (Кусков, 2005).

1. Характеристика эколого-рекреационных ресурсов: наличие привлекательных природных объектов, национальных парков, заповедни-

ков, заказников, резерватов, памятников природы, ботанических и зоологических садов, естественно-исторических музеев, дворцово-парковых ансамблей, наличие благоприятных биоклиматических условий, минеральных вод, лечебных грязей, лечебных растений, лесного микроклимата; животный и растительный мир, возможности рыбной ловли, наличие плодовых насаждений, ягод, орехов, грибов.

2. Характеристика санитарно-эпидемиологической обстановки: санитарно-гигиеническое состояние атмосферного воздуха, поверхностных и подземных вод, источников питьевого водоснабжения, почвы; сведения о природно-очаговых заболеваниях, эндемических болезнях, об опасных для человека насекомых, млекопитающих, змеях, ядовитых рыбах, растениях, грибах.

3. Вероятность стихийных природных явлений: внезапных перемен погоды, перепадов атмосферного давления, магнитных бурь, ураганов, смерчей, извержений вулканов, землетрясений, наводнений, лавин, селей, лесных пожаров и др.

4. Наличие в регионе и прилегающих территориях факторов потенциальной антропогенной опасности: свалок, захоронений бытовых и промышленных отходов; агропроизводств, использующих пестициды, минеральные и органические удобрения; животноводческих хозяйств; промышленных предприятий (химических, нефтехимических, микробиологических, горнодобывающих); ТЭЦ, АЭС и др.

5. Характеристика инфраструктуры медицинской и спасательной служб: наличие травматологических пунктов, специализированных медучреждений, больниц; квалификация врачей и среднего персонала; возможность оказания экстренной медицинской помощи; наличие служб противопожарных и аварийно-спасательных работ; поисково-спасательной, горноспасательной и др.

6. Характеристика средств осуществления тура: качество и экологичность транспортных средств, мест размещения туристов (гостиниц, мотелей, кемпингов, санаториев, пансионатов, визит-центров и пр.), продук-

тов питания, наличие квалифицированных гидов-экологов, проводников-натуралистов различной специализации, переводчиков, специалистов-фотографов, инструкторов; возможность предоставления индивидуальных средств передвижения (велосипедов, верховых лошадей и др.), оборудования и снаряжения и пр.

7. Дополнительная информация: о природоохранной деятельности в регионе, допустимой рекреационной нагрузке на природные комплексы, политической и социальной стабильности, наличии проблем военного характера и прочих характеристиках интересующего региона.

Таким образом, первым этапом планирования экотура является оценка доступности ресурсов для экологического туризма и экотуристического потенциала территории.

Проектная документация должна основываться на маркетинговом исследовании туристского рынка и спроса, определении и описании технологий обслуживания экотуристов, требованиях безопасности, обеспечивающих в соответствии с нормативными документами безопасность жизни, здоровья и имущества туристов, охрану окружающей среды.

Для *определения целевых групп* как потенциальных покупателей определенного типа экотуристического продукта необходимо собрать достаточно разносторонние данные. О.Ю. Дмитрук (2004) выделяет следующие:

- интересы и общее отношение потенциальных клиентов к экологической проблематике, в том числе понимание ими общих экологических проблем, потребностей и обязательств, а также их обеспокоенность собственной экологической безопасностью;

- желание и готовность участвовать в турах исключительно экологической направленности или в целом природоориентированных турах;

- общая информированность о экотуризме и особенностях тематики и программ предлагаемых экотуров;

- склонности к активной экологической деятельности, возможной и доступной в пределах тура и сориентированной на решение определенных природоохранных задач.

Также необходимо установить критерии, которые определяют общие интересы и предпочтения клиентов. Важным элементом такого анализа является эколого-социологический опрос.

Российский исследователь в области экологического туризма В.В. Храбовченко (2004) выделяет следующую *структуру маркетингового исследования туристского спроса*:

1. Введение, где обосновывается сегментирование потребителей, будущих туристских услуг.

2. Характеристика сегмента, включающая его описание (межгрупповая гетерогенность, гомогенность, измеримость, емкость, доступность для турфирмы, возможность освоения и др.).

3. Сегментирование по геодемографическим признакам (эстетическая привлекательность (уникальность, экзотичность и др.) для потребителей природных объектов туристского показа, транспортная доступность в соответствии с теорией дистанционного лимитирования, стереотип поведения туристов из различных регионов страны и мира, половозрастные характеристики, место жительства и состав семьи и т.д.

4. Сегментирование по социально-экономическим признакам: уровень доходов; социальный статус; профессия; уровень образования; членство в различных организациях и т.д.

5. Сегментирование по психолого-поведенческим признакам: характер рекреационных потребностей; предпочитаемый стиль отдыха; отношение к модным туристским услугам и районам; интенсивность потребления услуг и туров и т.д.

6. Маркетинговый профиль экотуриста из исследуемого сегмента.

7. Заключение, содержащее выводы по составляющим туристского обслуживания (качество услуг, стоимость, место оказания услуг, размер групп, характер экскурсионного обслуживания и т.д.), планированию тура (сроки и этапы разработки, поставщики туристских услуг и т.д.), организации рекламной кампании (список рассылки СМИ, охватывающих сегмент; частота и время рекламных контактов, схема рекламной презентации и т.д.).

3.1.2 Разработка пакета услуг экологического тура

Следующим этапом является разработка пакета услуг в туре. Основным туристическим продуктом в практической деятельности является комплексное обслуживание, т.е. стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете». Однако приобретение тура не ограничивает туриста и он может приобретать дополнительные услуги. **Пакет услуг** – произведенный туроператором туристический продукт, состоящий из определенного набора услуг (не менее трех), предоставляемых в путешествии по индивидуальному или групповому варианту: перевозки, размещение, туристическая дестинация, услуги гида или экскурсовода, питание и другое обслуживание.

Рассмотрим подробнее три основные услуги.

1. Перевозки (транспорт). Без перемещения туриста в пространстве нельзя путешествие назвать туристическим. Желательными видами транспорта в экологических турах являются те, которые могут принести наименьший вред окружающей среде – велосипед, гребное или парусное судно, вьючные животные и др. Однако, в экотурах активно используется автомобильный транспорт – автобусы, легковые и грузовые автомобили, дающие возможность с определенным комфортом доставить туриста или группу к природному объекту, а также передвигаться по протяженным маршрутам. Ограничения на использование автотранспорта должны рассматриваться еще на стадии планирования тура. Также к данной категории следует отнести транспорт, используемый для доставки туриста с места жительства к месту проведения экотура – поезд, самолет, рейсовый автобус и др.

2. Размещение. Данная услуга является наиболее значимой для туриста, поскольку она совпадает с физиологическими потребностями туриста. В зависимости от программы тура к таковым можно отнести гостиницы (например, в Беловежской пуще), мотели, кемпинги, базы отдыха, агроусадьбы и др. Если же тур предполагает активные формы передвижения, для ночевки могут быть использованы приюты, горные хижины или палатки.

Объекты размещения также удовлетворяют еще одну физиологическую потребность – питание. Завтрак, как правило, входит в услугу проживания. Также могут быть предложены варианты «полупансион» (завтрак+обед или ужин) или полный пансион (трехразовое питание). Подобные варианты чаще всего предлагают агроусадьбы.

Правда, услуги питания могут быть запланированы и в отдельных заведениях (кафе, столовые, рестораны, самостоятельное питание) и не входить в турпакет, их турист оплачивает самостоятельно.

В объектах размещения туристу могут быть предложены дополнительные (сопутствующие) услуги: бытовые, связи, в т.ч. интернет, анимационная программа и др. Они могут быть по согласованию включены в турпакет или могут реализовываться на месте по просьбе туриста.

3. Туристическая дестинация. Так называется место основного отдыха и пребывания туриста. К ним могут быть отнесены как отдельные природные районы (заказники или национальные парки, горные или озерные комплексы и др.), так и страны (островные государства Океании, туристические страны Карибского региона и др.). Отправление туристов в ту или иную дестинацию, которая включает необходимые рекреационно-туристические ресурсы: природно-климатические, историко-культурные, инфраструктурные, является обязательной и неотъемлемой, хотя официально и не оформленной услугой в каждом турпакете.

Рекреационно-туристические ресурсы выступают тем «невидимым товаром», который, тем не менее, влияет на цену туристического путешествия и удовлетворение потребностей туриста, формирует позитивные либо негативные впечатления. Список рекреационно-туристических ресурсов не всегда может приводиться в турпакете, однако именно от них зависит формирование того или иного тура (экскурсия по экотропе в нацпарке, горный или водный поход, фотосафари). Туристическая дестинация может выражаться в данном случае в перечислении географических названий маршрута (Высокие Татры, Беловежская пуца, Ольманские болота и др.).

Остальные виды услуг (например, экскурсионное обслуживание или услуги гида-переводчика) зачастую могут быть также включены в турпакет. Однако, их наличие не носит обязательный характер и определяется содержанием тура.

Туристическому продукту также должна быть присуща такое неотъемлемое качество как гостеприимность, которая связана с любезностью персонала, общим «климатом» обслуживания, качеством и оптимальностью представленных услуг, ментальностью местного населения и др.

3.1.3 Понятие о заказных или инклюзив-турах

При формировании экотура и его пакета возможны два варианта работы с туристами: реализация заказных или инклюзив-туров.

Заказной тур

При продаже **заказных экотуров** формирование программы и комплектование состава услуг производится по желанию и при непосредственном участии туриста. Ему предлагаются на выбор разные варианты обслуживания по каждому из видов услуг.

Рассмотрим ситуацию на примере формировании программы пятидневного тура по Белорусскому Полесью для группы из пяти человек.

1. Услуга размещения. Туристам может быть предложено на выбор несколько вариантов агроусадеб или баз отдыха в ключевых точках маршрута (Спорово, Мотоль, Выгонощи, Бобровичи, Заречка и др.).

2. Питание. Обсуждаются варианты двух-трехразового питания, наличия алкоголя, домашней или охотничьей кухни и т.д.

3. Экскурсионная программа. Могут быть предложены услуги сопровождающего лица, который является одновременно профессиональным проводником, экскурсоводом, аниматором с соответствующей программой. Либо предложена экскурсионная программа от хозяев агроусадеб (прогулка на катере по оз.Споровскому или Огинскому каналу) или дирекции заказников «Споровский» и «Выгонощанское» (экологическая тропа, визит-центр). Оговариваются варианты посещения музеев (Мотоль, Бездеж, Бобровичи).

4. Досугово-развлекательная деятельность. Предлагаются на выбор прогулка в лес с посещением болотного массива, сбор ягод и грибов, рыбалка, купание, помощь в домашнем хозяйстве и др.

5. Транспорт. Для пяти человек возможны варианты автомобиля типа «минивэн» или микроавтобуса. Также может быть рассмотрен вариант собственного транспорта туристов. В таком случае от стоимости тура отнимаются транспортные расходы.

Как уже было сказано, туристы сами участвуют в составлении программы своего отдыха. Выбранные услуги включаются в программу тура, рассчитывается ее цена, которую турист оплачивает при приобретении пакета тура. Преимуществом такого пакета является полная дифференциация услуг, выполнение максимального количества запросов туристов. Слабыми сторонами являются более высокая цена тура, необходимость постоянного бронирования на сезон определенного количества мест в объектах размещения и другие риски.

Инклюзив-тур – это тур с жестким, ранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха, а также тип туристов (возраст, сфера занятости, доходы и др.). Особенности подготовки и проведения такого тура (единая для всех программа, строго увязанная со сроками и графиком путешествия) не позволяет сделать его заказным. Состав услуг инклюзив-тура при продаже не изменяется. Турист не может купить только часть пакета. В качестве примера таких инклюзив-туров можно привести следующие.

Двухдневный тур в Беловежскую пушу. Посещение музея природы, вольеров, Поместья Белорусского Деда Мороза, зубриногo питомника. Праздничный ужин в усадьбе графа Тышкевича. Ночевка в гостинице в Каменюках.

Экскурсия «Тайны Прибужского Полесья». 4-5 часовая природоведческая автобусная экскурсия по территории биосферного резервата «Прибужское Полесье» с посещением наиболее интересных природных и историко-культурных объектов.

3.1.4 Требования к проектируемой экотуристской услуге

Требования к проектируемой туристской услуге делятся на обязательные и рекомендуемые. К обязательным относятся требования безопасности жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охрана окружающей среды. Рекомендуемые требования – это соответствие назначению, точность и своевременность исполнения, комплексность, этичность обслуживания, комфортность, эстетичность, эргономичность. С точки зрения туристов, они также очень важны, поэтому рассмотрим их подробнее.

Соответствие назначению – услуга должна отвечать ожиданиям и физическим возможностям потребителей. Трудно себе представить, что люди с ограниченными физическими возможностями, хроническими заболеваниями сумеют совершить восхождение на горную вершину или пройти в день более 20 км по пересеченной местности. Поэтому туроператору необходимо составить список требований к физической подготовке экотуристов.

Точность и своевременность исполнения – предоставляемые услуги по объему и срокам должны соответствовать отраженным в договоре и программе обслуживания, путевке, ваучере и т.д. Это означает, что транспорт, как и еда, должны подаваться во время и соответствовать классу обслуживания, гостиница или агроусадьба должны быть установленной в договоре категории и ни звездой меньше, а экскурсии должны быть проведены в полном объеме.

Комплексность – предоставляемые услуги должны обеспечивать возможность получения других услуг, создающих нормальные условия для жизнедеятельности экотуристов. Например, услуги по размещению в горном приюте обязательно должны включать приготовление пищи (кухня, газ, плита), а перемещение туристов по маршруту невозможно без оказания услуги по транспортировке, эвакуации заболевших или пострадавших от несчастного случая.

Этичность обслуживания – экотуристу должна быть гарантирована вежливость, доброжелательность, коммуникабельность персонала и гидов, которые в свою очередь должны быть образцом для подражания. Трудно

ожидать, что туристы проникнутся заповедями экотуризма, если гиды сами разбрасывают пластиковые пакеты, оберточную бумагу.

Комфортность – любой вид туризма, даже экстремальный, это прежде всего отдых. А отдыхать нужно хотя бы с минимальным, но комфортом.

Эстетичность – экотуристский маршрут должен быть проложен по наиболее эстетически привлекательным местам, с прекрасными пейзажам и интересными объектами экскурсионного показа.

Эргономичность – предоставляемое туристам снаряжение, оборудование должно соответствовать возможностям последних при его эксплуатации. В то же самое время специальное туристическое снаряжение, коврики и спальные мешки, рюкзаки должны быть адекватны размерам обуви и одежды туристов, их физической конституции.

Основу проектирования также составляет вербальная модель обслуживания туристов, предложенная Е.Н. Ильиной (2008). Она содержит:

- описание и характеристики процессов, форм и методов обслуживания экотуристов;
- требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования, снаряжения;
- необходимое количество персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- гарантии обслуживания туристов;
- согласования с собственниками туристских ресурсов, органами санитарно-эпидемиологического контроля, пожарного надзора, поисково-спасательной службы МЧС России и т.д.

Итогом проектирования тура являются правильно и полностью заполненные:

- технологическая карта туристского путешествия;
- график загрузки предприятий – поставщиков туристских услуг;
- информационный листок к туристской путевке;
- программа обслуживания туристов.

В завершении необходимо также предусмотреть методы контроля качества обслуживания, соответствия услуг ожиданиям экотуристов. На

практике наибольшее распространение получили визуальные методы (осмотр экспертами турфирмы маршрута, гостиницы, транспорта, объектов экскурсионного показа), аналитические методы (анализ представленных поставщиками услуг документов, проспектов, меню и т.д.) и социологические методы (опрос и анкетирование туристов после экспериментального внедрения тура, опрос персонала).

3.1.5 Экологический туристический поход как пример экотура

Некоторые этапы проектирования экотуров можно рассмотреть на основе экологического туристического похода по территории биосферного резервата «Прибужское Полесье». Основная цель такого похода – приобретение экологических знаний туристами, совершенствование физической подготовки участников, формирование и закрепление практических умений и навыков, необходимых для организации походов, знакомство в естественной среде с природным наследием края.

Исходных предпосылок формирования тура три:

- 1) природные туристские ресурсы (лесные, болотные, озерные, речные экосистемы);
- 2) целевая аудитория;
- 3) предприятия туриндустрии (транспорт, средства размещения, питание, гиды, и т.д.).

На первом этапе необходимо оценить природные ресурсы развития экотуризма на избранной территории. Технологический аспект такой оценки позволяет выделить наиболее перспективные виды туристской деятельности в различные сезоны. Для лета – прогулки по лесу, купание в озерах; для осени – сбор грибов и ягод. Высокая степень биоразнообразия – основа для развития познавательных туров, орнитологии, фотографирования природных объектов и явлений. Экологические тропы – возможность для экологического просвещения и воспитания.

Экологический туристический поход дает возможность знакомства с типичными для данного района сообществами растений, наблюдение

ния за птицами и животными, знакомство с характерными и уникальными ландшафтами, почвами, технологиями охраны окружающей среды, традиционными промыслами, фольклором и многое другое. Подчеркнем, что в отличие от иных походов в природной среде, в данном случае познавательные компоненты «заложены» в программу тура, познавательные объекты посещения соответственно включены в маршрут, соответствующим образом спланирован график движения и т.д. Иными словами экологическое просвещение туристов происходит в процесс реализации похода не спонтанно, а целенаправленно.

Итог этого этапа – составление карты-схемы района экотуристской деятельности и маршрутов. После этого производится физиологическая оценка природных ресурсов. Определяются опасные и неблагоприятные погодные явления, степень их повторяемости. Здесь же выбираются места для стоянок. Отдельный момент – формирование списка необходимого для путешествия группового и индивидуального снаряжения.

Следующий этап включает разработку требований к физической подготовке туристов. Протяженность маршрута и продолжительность экологического похода, разумеется, не оговариваются какими либо специальными требованиями. Данные параметры подбираются в приложении к конкретным условиям района похода и к намеченному контингенту туристов (по возрасту, полу). Протяженность маршрута и продолжительность похода, конечно, зависят от расположения на местности познавательных и рекреационных объектов и от характера местности (пересеченная, равнинная, легко или трудно проходимая и пр.). В то же время данные параметры должны соответствовать необходимому уровню оздоровительных физических нагрузок для участников, и не быть избыточными. Для выполнения эколого-образовательных целей вполне достаточен, например, пеший поход продолжительностью от двух до пяти дней при средней протяженности дневных переходов не превышающих 15км. При условии прохождения в день не более 10 км достаточно простого допуска врача к путешествию и физической подготовки участников. При большей протяженности ежедневных переходов ужесточаются требования, обязателен медицинский допуск. Дан-

ные требования должны быть прописаны в программе тура и донесены до туристов на стадии продажи тура. Необходимо учитывать также возрастные характеристики туристов.

Третий этап формирования тура – наиболее емкий и ответственный. Здесь собственно и начинается обычная, привычная работа оператора по сбору туруслуг в "один пакет". Программа тура должна включать не только его общую продолжительность и протяженность, но и график движения по дням с указанием сложности рельефа, набора препятствий, мест для отдыха и ночевки. При составлении маршрута экологического похода важно правильно выбрать собственно путь (трассу) движения группы к намеченным целевым объектам. В экологическом походе трасса движения, по определению, должна быть максимально «щадящей» для природной среды. Например, вряд ли стоит без необходимости применять азимутальные переходы по бездорожью (читай, по ненарушенным участкам природы) – ведь туристы тем самым «прокладывают» новые тропы, негативно воздействуют на почву, растительный покров и пр. Значительно более правильно использовать для проложения маршрута уже существующие в районе лесные дороги и тропы. При этом не наносится дополнительный ущерб окружающей среде; не превышает оздоровительный уровень физической нагрузки для участников; участники похода не подвергаются ненужной опасности, вследствие преодоления естественных препятствий на местности. Трассу движения рационально прокладывать по участкам с эстетически привлекательными природными и культурными ландшафтами. Только в гармоничном сочетании оздоровительных физических нагрузок с эстетическим наслаждением от красоты окружающего мира кроется ключ к решению рекреационно-познавательных задач экологического похода.

Существенное значение имеет описание природных объектов, через которые проложен маршрут похода.

Необходимо согласование маршрута похода с администрацией биосферного резервата, чтобы избежать нахождения туристов в охранных зонах. С лесничествами, по территории которых проходит маршрут, необходимо обсуждать вопрос размещения стоянок и обеспечения их дровами.

Далее решаются вопросы безопасности туристов на маршруте. Прописываются основные требования к инструктажу по технике безопасности, выделяются наиболее опасные участки на маршруте и пути минимизации угроз.

Выбор вида транспорта для прибытия и отбытия туристов диктуется возможностями регулярных пассажирских линий (рейсовый микроавтобус или дизель-поезд) или арендой специального транспорта (автобус).

Выбор средств размещения может быть определен с учетом пожеланий группы. Размещение возможно в палаточных лагерях (4 ночевки), агроусадьбе (Збунин), базах отдыха (Белое озеро, Медно).

Составляется примерная схема организации питания на маршруте: раскладка по дням (меню), общий набор продуктов на 5 или 10 человек. Изучаются варианты организации стационарного питания (кафе, бар).

Выбор гида-проводника (инструктора) – чрезвычайно важный этап формирования тура. Прежде всего, он должен знать маршрут и гарантировать безопасность группы на нем. Кроме того, гид должен быть коммуникабельным человеком и тонким психологом. Умение улавливать настроение группы, доброжелательно и без высокомерия относиться к туристам – основные профессиональные навыки гида. Для него очень важно иметь хорошие отношения с местными жителями, а при сопровождении иностранных туристов – умение выступить переводчиком. И, конечно же, он должен обладать знаниями природы, культуры местных жителей района путешествия и быть прекрасным рассказчиком, экскурсоводом. Необходимо иметь базу данных гидов-проводников, которые могут работать на данном маршруте.

В результате мы получаем сформированный тур. Далее формулируем название, например «Тайными тропами Прибужского Полесья», которое необходимо использовать при продвижении тура.

На следующем этапе рассчитывается стоимость тура с учетом рассмотренной выше дифференциации.

Специфика развития экологического туризма в Беларуси позволяет активно развивать такое направление как природоведческие экскурсии – организованные туристские путешествия в пределах календарных суток без организации ночевки. Согласно классификации экскурсий, в группу природоведческих экскурсий входят географические, обзорные

природоведческие, геологические, гидрологические, почвоведческие, ботанические, зоологические, экскурсии к уникальным памятникам природы, экскурсии по природоохранной, или экологической тематике, а также в отделы природы краеведческих музеев.

Природоведческие экскурсии дают возможность расширения естественнонаучных знаний, формирования эстетического вкуса, экологического воспитания туристов. Их преимуществом является цена, более низкая чем у полновесного экотура, экономия времени и других ресурсов.

Технологию разработки природоведческой экскурсии рассмотрим в соответствующей главе.

3. 2 Экологические тропы

3.2.1 Понятие экологической тропы

Сохранение биологического разнообразия – одна из важнейших задач, стоящих сейчас перед нашим обществом. Для того, чтобы вести работу в этом направлении необходимо знать основные закономерности и принципы формирования природных сообществ. Важно, чтобы об этом знали не только специалисты, но и широкие слои населения. Именно поэтому необходима такая система экологического просвещения, в которую входили бы не только средства массовой информации и экологические курсы в различных учебных заведениях, но и экологические тропы, способствующие непосредственному общению с природой. Эколого-просветительская деятельность входит в приоритетное направление деятельности государственных природных заповедников, национальных парков и заказников. В связи с этим создание экологических информационных центров, экологических троп и маршрутов, природных визит-центров – приобретает очень важное значение. В нашей стране порядок разработки, обустройства и использования экологических троп на особо охраняемых природных территориях определяет Инструкция Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь.

Рассмотрим два определения экологической тропы.

Экологическая тропа (учебно-туристическая тропа) – обустроенные и особо охраняемые прогулочно-познавательные маршруты, создаваемые с целью экологического просвещения населения через установленные по маршруту информационные стенды (Соловьев, 1997)

Экологическая тропа – маршрут, специально оборудованный для проведения эколого-просветительских и познавательных экскурсий, продолжительность которых не превышает 24 часов (Инструкция о порядке разработки, обустройства и использования экологических троп).

Цель создания экологической тропы – формирование экологической культуры граждан, воспитание у них бережного отношения к природе, обеспечение сочетания активного отдыха на природе с экологическим просвещением и образованием, а также регулирование рекреационной нагрузки на природные комплексы и объекты особо охраняемых природных территорий.

Экологическая тропа сближает человека с природой, развивает бережное отношение к ней. Здесь учишься наблюдать за жизнью леса и понимать закономерности, по которым он развивается.

3.2.2 Классификация экологических троп

Экологические тропы можно классифицировать по разным критериям:

- длине маршрута или его продолжительности,
- построению,
- трудности прохождения и по сложности предлагаемой информации,
- возрастным категориям населения,
- способу прохождения,
- назначению.

Единой классификации экологических троп **по длине маршрута** не существует. В городских условиях средняя длина экотроп может колебаться от нескольких сот метров до нескольких километров. В национальных парках и заказниках их длина может достигать десятков, а то и сотен километров. Известная Аппалачская тропа в США имеет длину 3300 км.

По построению экологические тропы могут быть **линейными** (когда тропа начинается в одном пункте, а заканчивается в другом), **кольцевыми** (тропы, которые начинаются и заканчиваются в одном и том же месте) и **радиальными** (тропы, по которым туристы возвращаются в место отбытия тем же путём). С точки зрения восприятия ландшафта и получения информации первые два типа (линейный и кольцевой) предпочтительнее третьего (в этом случае путь туда и обратно проходит по одной и той же тропе).

По способу прохождения экотропы могут быть **пешеходными, велосипедными, лыжные, водные, конные**. Городские тропы предназначены, как правило, для пешеходов, редко для велосипедистов. В дикой природе при наличии соответствующих условий могут быть оборудованы тропы для велосипедистов (национальный парк «Беловежская пуща»), лыжников, водных туристов (национальный парк «Нарочанский», заказники «Средняя Припять», «Споровский»), любителей верховой езды. На маршруте различные способы передвижения могут сменять друг друга.

По назначению выделяют 3 типа экологических троп (рисунок 3.1).

Познавательно-прогулочные тропы, или тропы «выходного дня», имеют протяженность в среднем 4–8 км. На таких маршрутах затрагиваются вопросы взаимоотношений природной среды и человека, влияния хозяйственной деятельности на природу, рационального природопользования, охраны природных комплексов. Одиночные посетители или группы в сопровождении проводника или с путеводителем прогулочным шагом проходят весь маршрут, знакомясь с природой, памятниками истории и культуры.

Познавательно-туристские тропы имеют большую протяженность (в среднем от нескольких десятков до нескольких сотен километров). Тропы такого типа чаще прокладывают в охранных зонах заповедников или в зоне туризма национальных парков. Длительность путешествия может составлять от 1–2 дней до целого отпуска. Познавательно-туристские маршруты можно проходить с проводником и самостоятельно. Тропы этого типа тщательно размечают на местности. Подготавливаются информационные буклеты.

Учебные экологические тропы – предназначены для экологического образования. Их протяжённость редко превышает два километра, поскольку считается, что учебная экскурсия не должна занимать более

трех часов. Такие тропы рассчитаны в первую очередь на учащихся школ, гимназий, лицеев, студентов различных вузов, в том числе педагогических. Вместе с тем они должны быть доступны (интересны и понятны) для любого посетителя. Как правило, группа идет по маршруту под руководством проводника-экскурсовода (сотрудника особо охраняемой природной территории или учителя). Для самостоятельных посетителей тропа оборудуется указательными знаками, информационными стендами. Подготавливаются информационные буклеты.

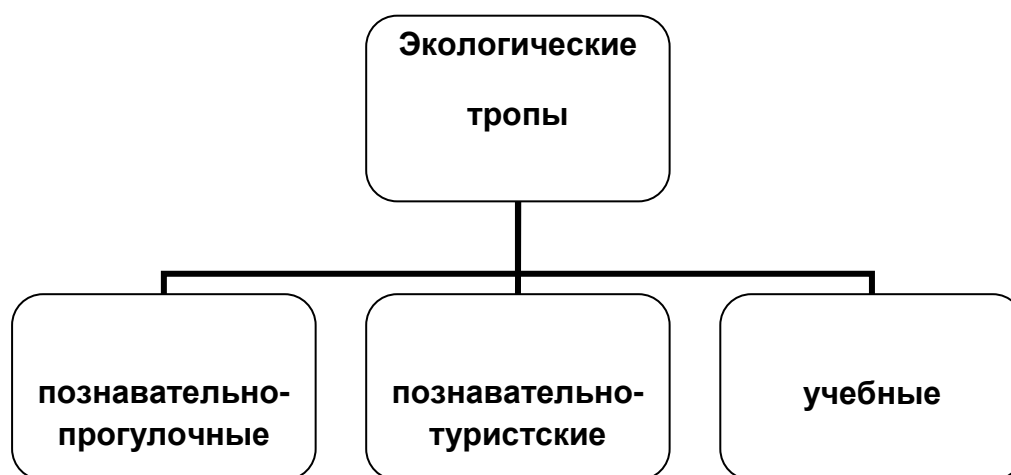


Рисунок 3.1 – Типы экологических троп

В настоящее время во многих странах мира получает все большее распространение разработка и оборудование **специализированных экотроп** для людей с ограниченными возможностями передвижения (инвалиды-колясочники) или восприятия окружающего мира (слабовидящие, незрячие, глухие).

3.2.3 Выбор маршрута экологической тропы

История организации познавательных маршрутов в природе насчитывает уже более полувека. Как правило, эти маршруты прокладываются по самым интересным, а нередко и уникальным уголкам природы, по зонам организованного туризма, в национальных парках, заказниках, на территории памятников природы. При разработке экологиче-

ских троп необходимо учитывать три главных критерия: привлекательность, доступность и информативность.

Привлекательность троп определяется тремя компонентами: красотой природы, ее своеобразием и разнообразием. Каждая тропа должна иметь запоминающийся неповторимый образ, быть непохожа на другие. Маршрут специально прокладывают рядом с особо привлекательными природными объектами (вековыми деревьями или деревьями с причудливо изогнутыми стволами, интересными обнажениями горных пород на склонах долин, валунами, родниками и др.). Тропа не должна быть монотонной (хорошо воспринимается туристами чередование открытых и закрытых пространств). Для каждой тропы может быть разработан свой стиль, который будет использован при создании маркировочного знака тропы, информационных стендов, мостиков-переходов, стоянок и т.п.

Доступность для посетителей – одно из главных требований при проектировании тропы, в значительной степени определяющее выбор трассы. Начинаться тропа должна сравнительно недалеко от входа (въезда) в данный парк или заказник с хорошими подъездными путями. Посетители не должны ощущать физической и психологической усталости к тому моменту, как будет сделан первый шаг по тропе. Трасса тропы должна быть не очень сложной для прохождения (слишком крутые склоны, длинные переходы между точками-остановками, длительное нахождение на открытом солнце – все это нежелательно). Чрезмерная физическая нагрузка не способствует усвоению новой информации.

Информативность экологических троп – это способность маршрута удовлетворять познавательные потребности людей в области географии, биологии, экологии и других научных дисциплин. Большая часть уже существующих троп имеет явно биологическую направленность, в последнее время создаются тропы, которые раскрывают также эколого-географические, исторические аспекты и характер взаимодействия человека с природой.

3.2.4 Структура экологической тропы

Экологическая тропа включает маршрутный коридор, полосу отчуждения, буферную зону, пункты остановки (станции).

Буферная зона – территория, примыкающая к полосе отчуждения экологической тропы, которая выделяется в целях обеспечения защиты экологической тропы от неблагоприятных антропогенных воздействий и визуального загрязнения, или для охраны природных комплексов и объектов (рисунок 3.2). Ширина буферной зоны определяется особенностями местности и требованиями в области охраны окружающей среды.

Маршрутный коридор – территория, которая находится в поле зрения посетителей во время их передвижения по экологической тропе.

Обзорные точки – пункты остановки (станции), размещенные на естественном возвышении, с которых открывается привлекательный вид на окрестности.

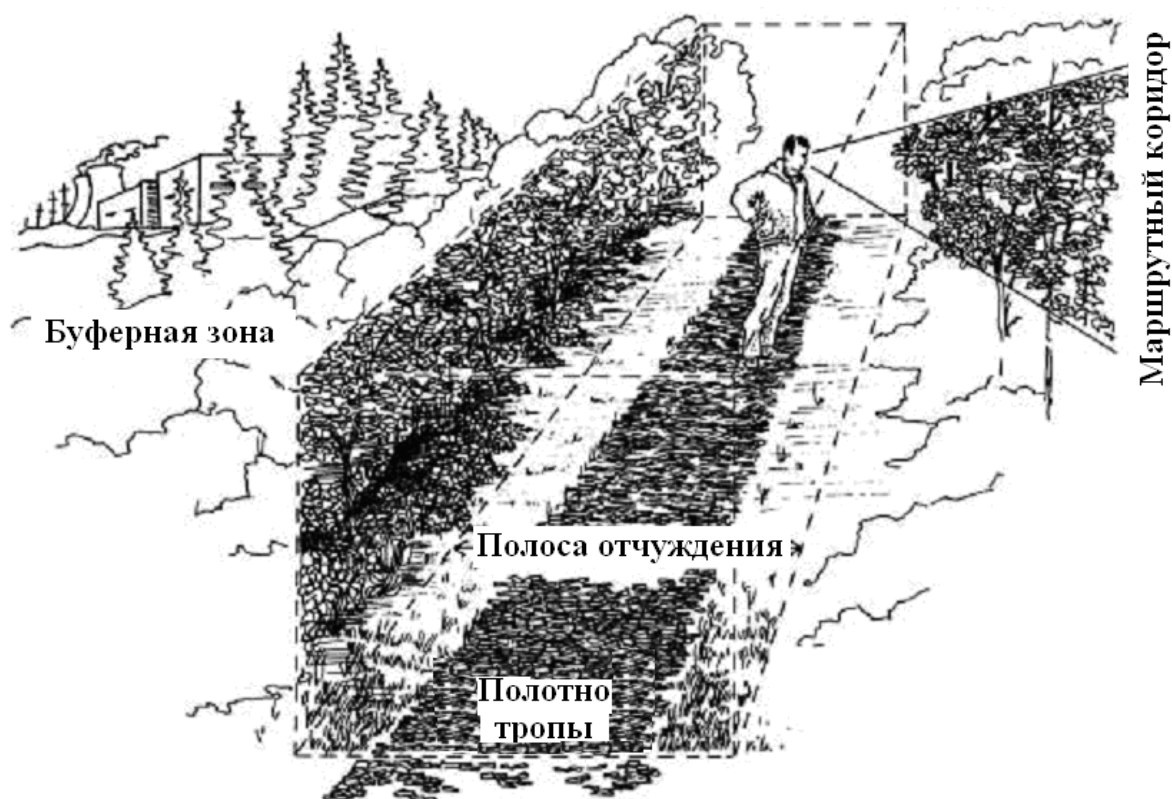


Рисунок 3.2 – Экологическая тропа (Тропа..., 2007)

Пункт остановки (станция) – площадка для остановки посетителей экологической тропы с целью получения информации о туристических достопримечательностях экологической тропы.

Полоса отчуждения – непосредственно примыкающая к полотну экологической тропы территория, расчищенная от механических препятствий в целях обеспечения безопасности передвижения посетителей. Ширина полосы отчуждения зависит от типа растительности (при прохождении через лес и заросли кустарников должна составлять не менее одного метра, на открытой местности – не менее двух метров). При движении по настилам, гатям и лежневкам полоса отчуждения не выделяется.

Полотно экологической тропы – часть экологической тропы, по которой осуществляется движение посетителей. Полотно экологической тропы, как правило, должно иметь естественное покрытие. На переувлажненных участках проводится благоустройство дорожного полотна, строительство деревянных настилов (рисунок 3.3), гатей, лежневок. Через ручьи и речки перекидываются мостики.

Ширина дорожек определяется планируемым количеством посетителей, и, как правило, составляет не менее 1,5 метров. Для предотвращения развития эрозионных процессов и удобства посетителей дорожки прокладываются по склонам с крутизной не выше 10%. При необходимости прокладки экологической тропы по более крутому склону ее оборудуют специальными настилами и лестницами (рисунок 3.4).

Размещение пунктов остановок и обзорных точек определяется особенностями местности и наличием туристических достопримечательностей. Расстояние между станциями может составлять 200–300 метров и более. В случае размещения обзорных точек на крутых или обрывистых склонах в целях обеспечения безопасности и исключения возможности развития эрозионных процессов со стороны склона сооружаются специальные ограждения.



Рисунок 3.3 – Деревянный настил



Рисунок 3.4 – Лестница

На пунктах остановки размещаются искусственные гнезда, устанавливаются кормушки для белок и птиц и т.п. (рисунок 3.4)



Рисунок 3.5– Кормушки для птиц. Экологическая тропа «На склонах Воробьевых гор» (г. Москва)

3.2.5 Информационное насыщение экологической тропы

Для того чтобы донести информацию о природе до посетителей, экологические тропы оборудуются указателями и информационными стендами. На местности производится экологическую тропу обозначают маркировочными знаками. У каждой тропы должен быть свой знак или отличительный цвет знака, чтобы посетитель мог точно определить свое местонахождение при помощи буклета. Размещаемые на тропе указатели и маркировочные знаки должны быть просты для понимания и заметны на местности, в то же время они не должны нарушать гармонию окружающей среды.

Для удовлетворения познавательных потребностей посетителей на тропе устанавливают информационные стенды (аншлаги). На входном аншлаге помещается схема размещения экологической тропы, информация о направлении движения и порядке осмотра, правилах поведения на тропе, а также о размещении отдельных наиболее важных экспозиционных объектов и объектов благоустройства (места отдыха, туалеты и т.п.). Здесь же может быть размещена оперативная информация (о наличии клещей, комаров или других насекомых, о сложностях в прохождении маршрута и др.). Вход на тропу может быть оформлен в виде группы стендов (рисунок 3.6).



Рисунок 3.6 – Вход на экологическую тропу
«В краю вертлявой камышевки» (заказник «Споровский»)

Информационные стенды устанавливаются на самой тропе, на каждой станции, а также у наиболее значимых объектов показа. Расстояние между такими остановками может быть разным, но не чаще, чем через 100 метров. Информационные стенды содержат лаконичную информацию об объекте показа. Как правило, текст сопровождается фотографиями и рисунками. К информации об охраняемых видах растений и животных необходимо относиться с осторожностью, чтобы не провоцировать посетителей тропы к их поиску и сбору.

Одним из основных источников информации на тропе является буклет (буклет-путеводитель). Он включает

- 1) общую информацию (название тропы, назначение, характер маршрута, длина, сроки функционирования и др.);
- 2) тематические рассказы по точкам-остановкам, информацию об объектах и явлениях, на которые следует обратить внимание посетителей тропы;
- 3) графические материалы (схема тропы с указанием основных ориентиров, маршрута движения, расположения точек-остановок и мест отдыха; комплексный профиль маршрута).

3.2.6 Опыт создания экологических троп в ООПТ Беларуси

Одним из основных направлений развития экотуризма в Беларуси является экотуризм на особо охраняемых природных территориях. В качестве опорных центров развития экологического туризма принята сеть существующих национальных парков, имеющих научные подразделения природоохранного профиля («Беловежская пуща», «Припятский», «Браславские озера», «Нарочанский»), Березинский биосферный заповедник, республиканские заказники.

На территории национального парка «Нарочанский» оборудовано 15 туристских стоянок и 5 мест отдыха (в природном комплексе «Голубые озёра»). На территории природного комплекса «Голубые озера» создан экологический маршрут «Лесная тропа», который является одним из самых посещаемых объектов национального парка. Разработаны

пешие туристские маршруты, проводятся орнитологические туры, организуются водные походы. Экскурсионная программа представлена 15 экскурсионными маршрутами, из них 7 по территории парка. В 2008 г. здесь побывали 22 тысячи иностранных туристов (из России, Украины, Польши и стран Балтии). С каждым годом турпоток в этот район увеличивается (в 2007 г. – около 13,5 тысяч иностранцев, в 2006 г. – не более 2,7 тысяч).

На территории парка «Браславские озера» имеется три экологические тропы, проложенные по Слободской озовой гряде, по ландшафтному заказнику «Межозерный» и по бывшему пейзажному парку «Бельмонт». На берегах 8 озер расположено 24 специально оборудованные туристические стоянки. Реализуются специально организованные орнитологические туры и наблюдения за дикими животными в природе.

Для посетителей национального парка «Беловежская пуца» предлагаются различные экологические маршруты и прогулки: природоведческие экскурсионные маршруты, эколого-образовательные прогулки, оздоровительные пешеходные маршруты различной протяженности. Для велотуристов разработаны туристические маршруты «Звериный переход», «Большое путешествие», «Царская поляна», «Лесные тайны». Для групп туристов, прибывших из Польши через туристический пункт пропуска «Переров» на велосипедах, разработан маршрут протяженностью 45 км. Экологическая тропа «Заповедная дубрава» (2,1 км) позволяет туристам познакомиться с основными лесообразующими породами Беловежской пуцы.

В Национальном парке «Припятский» разработаны водные, пешеходные, автомобильные маршруты. Обустроены засидки и вышки с возможностями фотосъемки объектов дикой природы. Разработаны различные программы туров по длительности (пятидневные, семидневные, десятидневные) и направлениям (орнитологические, ботанические). Во время 10-ти дневного экологического тура можно увидеть 120–140 видов птиц (в весенне-летний период) и 10 видов диких зверей в естественной среде. В 2009 г. был открыт «Сафари-парк» (вольерное хозяйство, предназначенного для фото- и охотничьего туризма). По

территории «Сафари-парка» проложен туристический автомобильный маршрут, предназначенный для наблюдения за дикими копытными животными в естественной среде обитания. Протяженность маршрута около 30 километров. В 2010 г. состоялся Первый открытый фестиваль этнокультурных традиций «Зов Полесья» программа фестиваля включала концертные выступления творческих коллективов, ярмарку полесских ремесел, конкурсы региональных подворий и национальной кухни, выставки-презентации наиболее интересных социально-культурных проектов, презентации кино- и видеоматериалов, которые отражают природу, быт и культуру Припятского Полесья.

Березинский биосферный заповедник является закрытой для массового туризма территорией (в чем его основное отличие от национальных парков), поэтому приоритетным здесь считается природно-ориентированный экологический туризм, сфокусированный на восприятии ценностей природы, так же, как и познания традиционной культуры территории. Экотуризм практикуется в Березинском биосферном заповеднике с 1994 г. и основывается на природных наблюдениях, изучении флоры и фауны малыми группами. В настоящее время заповедник организует до 10 специализированных экотуров в год для небольших натуралистических групп, обеспечивая за недельное их пребывание наблюдения от 120 до 150 видов диких животных и птиц и от 300 до 400 видов растений в естественной среде. В настоящее время заповедник принимает ежегодно около 20 тыс. белорусских и иностранных туристов и экскурсантов, предлагая разнообразные программы их пребывания.

В рамках реализации программы ПРООН/ГЭФ «Создание условий для устойчивого функционирования системы охраняемых водно-болотных угодий в Белорусском Полесье (повышение эффективности их управления и совершенствование практики землепользования)» в 2010 г. были разработаны и обустроены экологические тропы в республиканском заказнике «Средняя Припять»: «Дубой» (Пинский район), «Блудное» (Пинский район), «Коробейная» (д. Коробье, Столинский район), «По лозовой долине» (Лунинецкий район). Открыт эколого-просветительский центр в республиканском заказнике «Средняя При-

пять». В республиканском биологическом заказнике «Споровский» в 2009 г. построена экологическая тропа «В краю вертлявой камышевки» и открыт эколого-просветительский центр. Ранее в заказнике разработаны туристические маршруты «По Ясельде-реке» (водный), «Уникальное озеро Споровское» (пешеходный), «Высокое – Старомлыны – озеро Белое» (велосипедный), «Полесская спадчына» (комбинированный).

Экологическая тропа «В краю вертлявой камышевки» была оборудована в республиканском биологическом заказнике «Споровский». По назначению данная тропа является учебной, может быть использована в качестве познавательно-прогулочной тропы.

Целевые группы: взрослые туристы (в т.ч. зарубежные), орнитологи-любители, студенты вузов, школьники.

Краткое описание маршрута: маршрут начинается в сосновой посадке, посетители по склону проходят вниз к берегу Ясельды, переправляются через р. Ясельда на противоположный берег. Далее маршрут проходит по территории низинного болота. Посетители возвращаются на левый берег Ясельды, далее проходят вверх по склону через сосновую посадку по направлению к визит-центру.

Основные темы информационного насыщения: характеристика водоемов и водотоков; болота как особые водные объекты, их роль в природе и жизни человека; уникальность болота «Споровское»; растительный и животный мир низинного болота; воздействие человека на природные комплексы; охраняемые виды растений и животных; биоценозы, консорции; экосистемы, цепи питания.

Протяженность 2 км. Способ передвижения: пешеходный маршрут. Средняя продолжительность посещения: 3 ч.

Наиболее оптимальные сроки посещения – с апреля по сентябрь.

Краткое описание стоянок

Стоянка №1. Заказник «Споровский»

Местоположение: сосновая посадка.

Информационное насыщение: общая характеристика заказника. Цель прохождения экологической тропы. Правила поведения.

Республиканский биологический заказник «Споровский» образован в 1991 г., в современных границах в 1999 г. Территория, важная для птиц (ТВП) объявлена в 1998 г. Это первое в Беларуси водно-болотное угодье, которому в 1999 г. присвоен международный природоохранный статус Рамсарская территория.

Заказник расположен в долине реки Ясельда. Общая площадь заказника составляет 19 376,8 гектара. Здесь сохраняются популяции водных и околоводных видов растений и животных, многие из которых нуждаются в особом внимании и охране. На территории заказника обитают 25 видов млекопитающих, 123 вида гнездящихся птиц, 6 видов рептилий, 8 видов амфибий. В водоемах встречается 34 вида рыб. Заболоченная пойма характеризуется уникальным, хотя и не очень богатым флористическим составом (здесь произрастает 603 вида из 1700, встречающихся в республике сосудистых растений).

Стоянка №2. Пойменные болота Полесья

Местоположение: сосновая посадка, на склоне.

Информационное насыщение: общая характеристика маршрута экологической тропы. Пойменные болота.

Территория заказника представляет собой слабонарушенный участок плоской поймы реки Ясельда с протоками, старицами и низинными болотами. Вдоль извилистого русла реки тянутся тростниковые заросли. Пойма шириной от 0,5 до 2 км по обе стороны от русла представляет собой типичное низинное болото с доминированием в травостое осок на пойменных торфяно-болотных почвах. Местами они зарастают березой, ивовыми кустарниками. Среди болот разбросаны многочисленные невысокие холмы («минеральные острова»). До мелиорации гидрологический режим Ясельды был типичным для равнинных рек. Высокое весеннее половодье сменялось летней меженью. Наводнения были редкими. В XX в. Ясельда в верхнем течении была спрямлена, на реке было построено водохранилище и рыбхоз Селец.

На этой стоянке установлена смотровая вышка (высота около 6 м), с которой открывается вид на пойму реки Ясельда (рисунок 3.7)



Стоянка №3. Культуры сосны

Местоположение: сосновая посадка, опушка.

Информационное насыщение: леса Беларуси. Биоценоз (сообщество), экосистема. Консорция сосны (рисунок 3.8).

Рисунок 3.7– Смотровая вышка

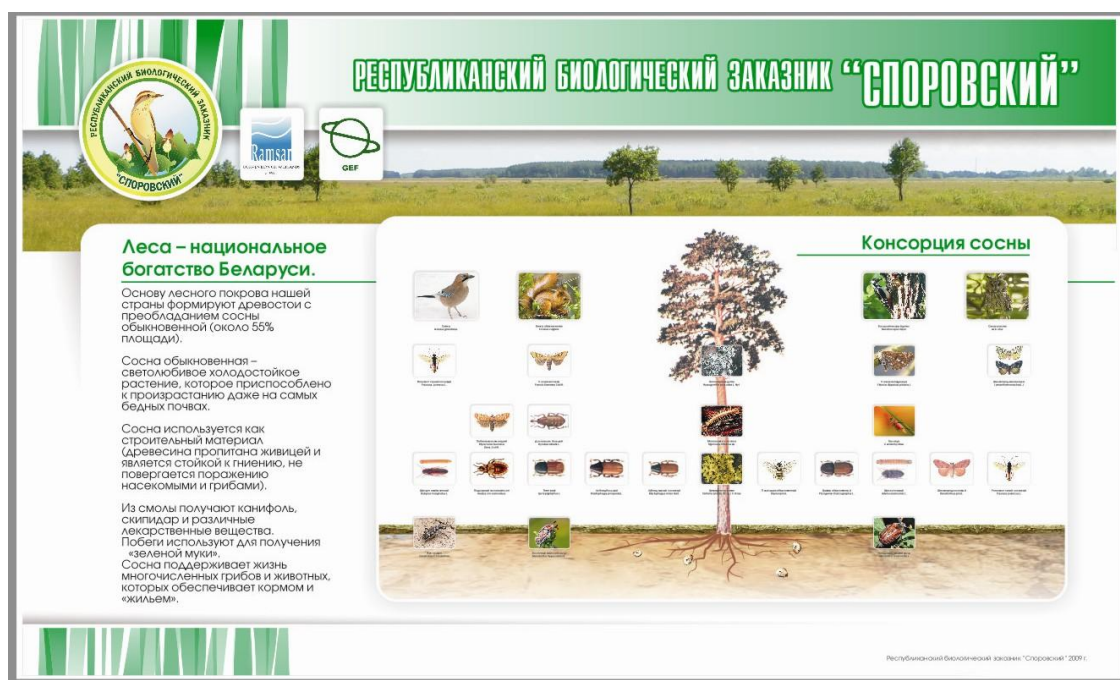


Рисунок 3.8 – Информационный стенд

Первоначально наиболее возвышенные участки с минеральными дерново-подзолистыми (коренной берег Ясельды, «минеральные острова») были покрыты лесами. В послевоенные годы эти леса были подвергнуты сплошным рубкам. На месте вырубок производились посадки сосны либо эти участки использовались в качестве полей и пастбищ.

Древостои с преобладанием сосны обыкновенной формируют основу лесного покрова нашей страны (около 55% площади). Сосна обыкновенная – светолюбивое холодостойкое растение, приспособленное к произрастанию даже на самых бедных почвах. Сосна используется как строительный материал (древесина пропитана живицей и является стойкой к гниению, не подвергается поражению насекомыми и грибами). Из смолы получают канифоль, скипидар и различные лекарственные вещества.

Сосна поддерживает жизнь многочисленных видов растений, грибов и животных. Это мхи и лишайники, растущие на стволах, паразитные и образующие микоризу грибы, сотни видов насекомых, которые питаются хвоей, древесиной, корнями, птицы и млекопитающие.

В заказнике встречаются также черноольшанниковые топи и характерные только для этих мест изреженные дубравы на минеральных островах.

Стоянка №4. Обитатели водоемов

Местоположение: берег р. Ясельда, пляж.

Информационное насыщение: водно-болотные птицы и млекопитающие.

Озера, реки и каналы являются местами гнездования водно-болотных видов птиц. Наиболее распространенными водоплавающими птицами являются кряква, хохлатая чернеть, красноголовая чернеть, лысуха. На открытых пойменных лугах гнездится шилохвость (охраняемый вид).

Сочетание водоемов и заболоченных угодий создает благоприятные условия для обитания околководных млекопитающих: выдры, речного бобра, американской норки, ондатры и др.

Стоянка №5. Роль болот в природе

Местоположение: низинное болото.

Информационное насыщение: общая характеристика болот. Механизмы формирования болот. Функции болот в биосфере.

Болота в биосфере выполняют разнообразные и специфические функции, ряд из них присущ только болотам, и никакие другие места обитания на суше не могут их выполнять:

- аккумулятивная (накопление торфа),
- биологическая (болота являются местообитаниями специфических растений и животных),
- газорегуляторная (болотная растительность в процессе фотосинтеза выводит углекислый газ из атмосферы, связывая его в органическое вещество),
- геохимическая (аккумуляция различных химических элементов, поступающих в болота с атмосферными осадками, пылью, паводковыми и подземными водами),
- гидрологическая (поддержание водного режима территории, болота аккумулируют воду благодаря высокой водоудерживающей емкости торфа),
- климатическая (уменьшение колебаний температуры и влажности воздуха как на самих болотах, так и на прилегающих территориях),
- культурно-рекреационная (болота – это места активного отдыха людей, сбора ягод и лекарственных растений, охоты, объекты туризма и экологического образования),
- информационно-историческая (торфяные залежи хранят информацию об истории развития растительного покрова и динамики климата в прошлые эпохи).

Стоянка №6. Торфяные болотные низинные почвы

Местоположение: низинное болото.

Информационное насыщение: условия формирования болотных почв. Гидротехническая мелиорация, ее последствия.

Торфяные болотные низинные почвы формируются в понижениях рельефа при постоянном избыточном увлажнении грунтовыми водами. В пониженных поймах рек при постоянном переувлажнении на аллювиальных наносах формируются торфяно-болотные пойменные почвы.

Неполное разложение отмирающей болотной растительности ведёт к накоплению торфяного горизонта разной мощности, состава и степени разложения. Торфяно-болотные почвы после проведения гидротехнической мелиорации превращаются в высокопродуктивные угодья – пастбища и сенокосы.

Стоянка №7. Они нуждаются в охране

Местоположение: низинное болото

Информационное насыщение: растительный мир низинного болота. Охраняемые виды растений. Лекарственные растения. Животный мир низинного болота. Охраняемые виды животных.

На этой стоянке установлена смотровая вышка (высотой около 3 м), с которой открывается вид на низинное болото.

В составе травяных сообществ немало декоративных, лекарственных, медоносных и других хозяйственно ценных растений. Монотонный пейзаж открытых участков плоской поймы р. Ясельда украшают ирис аировидный *Iris pseudacorus L.*, вахта трилистная *Menyanthes trifoliata L.*, сабельник болотный *Comarum palustre L.* Растительное сырьё широко используют в качестве лекарственных препаратов. Препараты из растений более эффективны, не имеют отрицательного побочного действия и оказывают влияние на несколько функций сразу. Хвощ приречный *Equisetum fluviatile L.* обладает мочегонным, кровоостанавливающим и противовоспалительным свойствами. Вахта трилистная *Menyanthes trifoliata L.* и аир обыкновенный *Acorus calamus L.* применяются при лечении заболеваний органов пищеварения. Экстракт валерианы лекарственной *Valeriana officinalis L.* обладает успокаивающим действием. Горец змеиный *Polygonum bistorta L.* используют при лечении воспалений желчного и мочевого пузыря.

В долине Ясельды сохранились европейские болотные сообщества – высокоосочники *Caricetum elatae*, находящиеся здесь на восточной границе ареала своего распространения, и уникальные сообщества кувшинки белой *Nymphaeetum albae*.

На Споровских болотах обитают глобально угрожаемые виды птиц: вертялка камышевка, коростель и дупель. Данная территория имеет важное значение для сохранения популяций большой и малой выпи, большой белой цапли, черного аиста, серого журавля, белошекой крачки.

Осоковые болота и пойменные луга населяют большой веретенник, большой кроншнеп, болотная сова. По обрывистым берегам Ясельды гнездится обыкновенный зимородок. Во время миграций здесь встречаются гаршнеп, турухтан и большой улит. В поисках корма открытое болото посещают барсук, малый и большой подорлики. На мелиоративных каналах встречается болотная черепаха *Emys orbicularis*.

Территория заказника является ключевым местом гнездования вертлявой камышевки (*Acrocephalus paludicola* L. Этот вид птиц находится под глобальной угрозой исчезновения. Вертлявая камышевка обитает только на низинных осоково-гипновых болотах и является индикатором их состояния. На Споровских болотах обитает 9% мировой популяции вида (1360–2100 поющих самцов), отмечена самая высокая в мире плотность населения этого вида. Вертлявая камышевка стала одним из символов Беларуси, изображение этой небольшой птички находится на логотипе заказника.

Стоянка №8. Пищевые цепи

Местоположение: сосновая посадка.

Информационное насыщение: Детритные цепи питания (цепи разложения). Роль грибов в природе.

Ежегодно на планете Земля образуется около 200 млрд. т органического вещества. Только около 1/10 часть органических веществ, накопленных в телах растений, потребляется животными (а в лесах умеренного пояса эта величина еще меньше – всего 3–5%). Большая часть фитомассы отмирает и превращается в детрит, который активно поедается дождевыми червями, личинками насекомых, мелкими почвенными клещами. Дальнейшее разложение органики осуществляется множеством грибов и бактерий, которые в процессе своей жизнедеятельности возвращают элементы минерального питания во внешнюю среду. Поэтому детрит не скапливается в больших количествах. Вероятно, единственные экосистемы, где органическое вещество постоянно накапливается – это торфяные болота.

Редуценты играют главную роль в замыкании циклов химических элементов в биосфере, поддержании плодородия почвы и продолжении существования жизни на планете Земля.

Стоянка №9. Земля-кормилица

Местоположение: сосновая посадка.

Информационное насыщение: Дерново-подзолистая почва. Роль почвы в жизни растений.

Почву в народе ласково называют землей-кормилицей, матушкой-земелькой. Это именно тот тонкий слой земли, который обеспечивает человека продуктами питания, техническим сырьем, лекарственными средствами. Дерново-подзолистые почвы наиболее широко распространены в Беларуси. Они развиваются на всех почвообразующих породах, в различных условиях рельефа и грунтового увлажнения, под хвойно-широколиственными лесами с травяным покровом в условиях периодического промывного водного режима.

Стоянка №10. Деятельность человека

Местоположение: сосновая посадка.

Информационное насыщение: использование болота местными жителями. Угрозы.

Рациональное природопользование.

Строительство водорегулирующих сооружений – основной метод регулирования уровня воды на болоте.

Уничтожение кустарниковой растительности способствует поддержанию естественных болотных биотопов. Сенокосение на низинных болотах способствует возобновлению осоковой растительности.

Использование болота местными жителями. Низинные болота традиционно использовались в качестве сенокосов и пастбищ, это препятствовало их зарастанию.

Минеральные острова среди болота традиционно использовались для выращивания сельскохозяйственных культур.

3.3 Подготовка новой природоведческой экскурсии

Поэтапный процесс подготовки новой экскурсии. Процесс создания новой экскурсии требует определенного времени и человеческих ресурсов. Поэтому данная работа, как правило, поручается творческому коллективу из 3-4 человек, естественно при наличии в турпредприятии большего штата сотрудников. На подготовку в зависимости от сложности экскурсии может уйти от 1 до 4 месяцев. Обычно каждому из уча-

стников творческой группы поручается разработка одного из разделов, одной из подтем экскурсии или одного или нескольких вопросов подтемы. В целях контроля за работой, выбирается руководитель творческой группы.

Всю работу по подготовке новой экскурсии можно разделить на три основные части.

1. Предварительная или подготовительная работа. На этом этапе происходит процесс накопления знаний по теме, определение цели и задач экскурсии, ведется сбор материалов для будущей экскурсии, их изучение и анализ. Одновременно с этим происходит отбор объектов, на которых будет построена экскурсия. Обязательное условие – привлечение в качестве консультантов профильных специалистов.

2. Непосредственная разработка самой экскурсии. Этап включает в себя: составление экскурсионного маршрута, его обход или объезд, работу над содержанием экскурсии, написание контрольного текста, выбор наиболее эффективных методических приемов показа и рассказа во время проведения экскурсии; подготовку технологической карты новой экскурсии; написание экскурсоводами индивидуальных текстов.

3. Заключительная ступень. Прием (защита) экскурсии на маршруте. Утверждение новой экскурсии руководителем экскурсионного учреждения, допуск экскурсоводов, защитивших свою тему, до работы на маршруте.

Известным советским методистом Борисом Емельяновым еще в конце 1970-х гг. была сформулирована логическая схема создания новой экскурсии, состоящая из 15 этапов (Емельянов, 1977). Современные экскурсоводы-практики весь процесс сводят к 11 этапам. Рассмотрим подробнее данную схему.

Этап 1. Выбор темы экскурсии, определение цели и задач. Каждая экскурсия имеет свою определенную тему. *Тема экскурсии* – предмет экскурсионного показа и рассказа, который объединяет все объекты и подтемы экскурсии в единое целое. Именно тема определяет подбор тех или иных объектов в экскурсии.

Тема нередко раскрывается самим названием экскурсии, однако не следует отождествлять тему и название. Общими требованиями к названию экскурсии считаются следующие: индивидуальность, точность, образность, легкость запоминания и воспроизведения, благозвучие, отсутствие отрицательных ассоциаций, содержательный смысл. При определении названия экскурсии следует избегать:

- применения различного рода штампов, обезличивающих тему;
- использования сокращений слов, аббревиатур;
- применения иностранных, заимствованных слов, которые могут вызвать нежелательные ассоциации.

Примерами названий природоведческих экскурсий могут служить следующие:

- «Тайны Прибужского Полесья» (по одноименному биосферному резервату, Брестский район);
- «Путешествие в Природу» (экологическая тропа в природном комплексе «Голубые озера», Нарочанский нацпарк);
- «За темной далью лошицких аллей...» (по Лошицкому парку, г. Минск);
- «В аллеях парков дремлет память» (по скверам и паркам Бреста).

На стадии планирования экскурсии важным является определение ее целей и задач. **Цель** позволяет авторам экскурсии более организованно вести работу в дальнейшем. Правильно сформулированная цель задает направленность содержания экскурсии, помогает в отборе и освещении материала, определяет актуальность темы. Как правило, цели всей группы природоведческих экскурсий будут близкими:

- способствовать расширению естественнонаучных знаний;
- воспитывать бережное отношение к природе;
- воспитывать любовь к родине и родному краю;
- способствовать развитию наблюдательности, воображения;
- способствовать эстетическому воспитанию, умению видеть прекрасное в окружающей природе и др.

Задачи в каждой отдельной экскурсии будут отличаться. Например, в экскурсии по Голубым озерам заложены следующие цели:

- осмотр, изучение ландшафта, флоры, фауны, рек, озер, различных предметов и явлений природы Белорусского Поозерья;
- показать роль и значение природы, окружающей среды в жизни человека;
- воспитывая любовь и бережное отношение к природе, способствовать тому, чтобы каждый экскурсант был активным и сознательным участником мероприятий по рациональному использованию, охране и воспроизводству национальных богатств, по сохранению природы.

Для экскурсии по Березинскому биосферному заповеднику:

- познакомить экскурсантов с наиболее острыми природоохранными планетарными проблемами, неизбежность решения которых очевидна, так как природой Земного шара управляют единые, глобальных

масштабов законы (например, радиация, загрязнения воздуха, водоемов, рек и т.д. не знают границ);

- осмотр, изучение локального ландшафта, флоры, фауны, рек, озер, различных предметов и явлений природы заповедника;

- показать роль и значение природы, окружающей среды в жизни человека.

Цели и задачи экскурсии определяют окончательный отбор экскурсионных объектов, маршрут экскурсии, содержание экскурсионного рассказа, подбор наглядных пособий из «портфеля экскурсовода», эмоциональный настрой экскурсии и отдельных ее частей.

Этап 2. Изучение литературы и других источников информации, составление библиографии. Процесс подготовки материалов по теме экскурсии начинается с подбора и изучения литературных источников. Работа как правил начинается с изучения библиотечных каталогов и картотек. Также используется специальная, учебная, научная, справочная, краеведческая и художественная литература. Например, Красная книга может дать информацию о охраняемых видах растений и животных, учебник по региональной географии – сведения о природе края. Из литературных произведений могут быть взяты высокохудожественные цитаты, четверостишья о природе в целом или отдельных ее элементах.

Работа по подбору литературных источников заканчивается составлением *библиографического списка*, в котором называются автор, название, год издания, а также главы, разделы, страницы. При большом количестве литературных источников список может быть разделен на две части: «Основная литература» и «Дополнительная литература».

Кроме литературных источников для подготовки природоведческой экскурсии большое значение имеют *другие источники информации*:

- экспонаты фондов и экспозиций музеев, в первую очередь краеведческих и ведомственных;

- документы открытого доступа природоохранных и экологических организаций, в т.ч. базы данных;

- материалы государственных и личных архивов;

- фотодокументы;
- аудио-, кино- и видеозаписи;
- учебные, научно-популярные и художественные фильмы.

Важным источником также являются ресурсы сети Интернет, однако все полученные данные требуют верификации.

Также как и для литературных источников, необходимо составление перечня источников информации с указанием местонахождения и названия материалов.

Этап. 3. Отбор объектов для экскурсии. Показ объектов занимает главенствующее положение в экскурсии. Правильный отбор объектов, их количество, последовательность показа оказывают влияние на качество экскурсии.

Объектами природоведческой экскурсии могут быть любые элементы природы: формы ландшафта, растительные комплексы, отдельные виды флоры и фауны, исторические парки, геологические обнажения и другие памятники, гидрологические объекты и др. Объектом могут быть также и явления – восход и заход солнца, туман над рекой или горами, отражение солнечных лучей в брызгах водопада и др.

Существуют определенные **критерии отбора объектов** для экскурсионного показа. Для природоведческих экскурсий наибольшее значение будут иметь следующие:

- познавательная ценность;
- известность;
- экзотичность (неповторимость);
- выразительность;
- доступность;
- сезонность (режимность).

Познавательная ценность может быть выражена достаточно простой формулой: «способен ли данный объект дать что-то новое для экскурсантов (знания, эмоции, навыки и др.)?».

Известность объекта важна для экскурсантов. Чем более известен объект (например, внесен в список всемирного природного насле-

дия как Беловежская пуца), тем больше привлекает к себе внимание туристов. Однако при составлении экскурсии для местных туристов могут быть использованы объекты регионального и локального уровней известности.

Экзотичность или неповторимость каждого объекта также существенны для туриста. Однако для природных объектов данный фактор зачастую будет иметь ограничивающий характер. В экскурсионном показе могут быть использованы только те объекты, для которых нахождение рядом туристов не будет нести существенную угрозу для данного объекта. В качестве примеров можно привести старейшее дерево Брестчины – Пожежинский Царь-дуб, одно из крупнейших низинных болот Европы – Званец, неповторимый природный комплекс «Голубые озера» и др.

Что касается редких видов животных, то их использование в экскурсии возможно лишь при наличии специальных условий – например, смотровые вышки, специальный транспорт для фотосафари, вольеры и др.

Больше значение имеет внешняя **выразительность** природного объекта, его взаимодействие с фоном, окружающей средой.

Доступность объекта имеет большее значение для организаторов экскурсии, чем для туристов. На стадии планирования необходимо учитывать расстояние до объекта, удобство подъездов к нему, пригодность дорог для автотранспорта, возможность подъезда непосредственно к объекту, наличие мест для парковки, подбор точек для расположения группы с целью наблюдения и др.

Последний критерий **«сезонность»** является наиболее существенным именно для природоведческих экскурсий. В первую очередь необходимо учитывать сезонные ограничения на посещение лесов, связанные с периодом весеннего гнездования птиц. Разной по содержанию получится экскурсия, проводимая летом или зимой, в светлое или темное время суток. Также необходимо учитывать фактор погоды (ясно, пасмурно, ветер, туман и др.). В данный критерий следует также включать и фактор **режимности** объектов. Необходимо согласовывать с природоохранными организациями возможность включения в экскур-

сионный маршрут тех или иных уникальных природных объектов и нахождения группы на маршруте.

Этап 4. Разработка маршрута экскурсии. Маршрут экскурсии представляет собой наиболее удобный путь следования экскурсионной группы, способствующий раскрытию темы. Он строится в зависимости от наиболее правильной для данной экскурсии последовательности осмотра объектов, наличия площадок для расположения группы, необходимости обеспечения безопасности туристов. Одна из задач маршрута – способствовать наиболее полному раскрытию темы.

Основные требования, которые должны быть учтены разработчиками маршрута – организация показа объектов в логической последовательности и обеспечение зрительной основы для раскрытия темы. Экскурсионный маршрут должен быть компактным, чтобы не допускать слишком длинных проездов или проходов между объектами показа.

При планировании маршрута показ объектов строится в определенной логической последовательности и соответствии теме экскурсии. Следует учитывать доступность объектов как транспортную, так и экскурсионную, наличие мест для стоянки транспорта и благоустроенных остановок, в т.ч. и санитарных.

Природоведческие экскурсии могут быть созданы как в пределах городских территорий (парки, скверы, зоосады), так и вне городов.

При разработке маршрута экскурсии необходимо учитывать такой аспект как безопасность экскурсантов. Нахождение на природе всегда несет с собой определенные угрозы для самочувствия человека. Это могут быть внезапно налетевший ветер или ливень, к которому не готовы туристы, гроза, застигнувшая группу на пешей части маршрута, кровососущие насекомые, клещи. Невнимательность при передвижении по пересеченной местности может привести к травмированию туристов. Несоответствующая условиям экскурсии обувь и одежда туристов может стать причиной переохлаждения или теплового удара, сильного переутомления, усталости и др.

Поэтому на стадии планирования следует избегать включения в маршрут потенциально опасных для жизни туристов участков и объек-

тов, предусматривать варианты мобильного изменения маршрута, использования временных укрытий в случае непогоды. При составлении технологической карты экскурсии необходимо в графе «Организационные указания» в обязательном порядке прописывать вопросы предварительного инструктажа туристов при продаже тура, перед выездом на экскурсию и перед посещением потенциально опасного объекта.

При составлении маршрута природоведческих экскурсий, как правило, применяется тематический принцип построения, при котором экскурсия состоит из нескольких подтем, одна из которых является ведущей – это своеобразный композиционный центр экскурсии, имеющий наибольший эмоциональный и познавательный заряд.

Во время природоведческих экскурсий организуются фенологические наблюдения за явлениями живой природы – растительным и животным миром, гидрологическими объектами, проводятся практические занятия для учащихся – коллекционирование образцов, подбор материалов для гербария, сбор разрешенных лекарственных растений и др.

Обязательной подтемой должны быть вопросы охраны природного наследия, в том числе земельных, водных и биологических ресурсов, природоохранных мероприятий.

Рекомендуется в тематическую экскурсию включать не более 10–15 объектов, о которых будет вестись рассказ. Не следует стремиться к чрезмерному увеличению числа объектов показа, это мешает глубине освещения темы, а также появлению эффекта калейдоскопа. Недостаточное же их количество не создает полноценного зрительного ряда, что также не способствует повышению качества экскурсии.

Разработка маршрута заканчивается составлением *картосхемы маршрута экскурсии* в масштабе, удобном для понимания экскурсоводу (как правило, от 1:20000 до 1:200000), на которую наносится схема проезда от одного объекта к другому. Условными знаками обозначаются объекты показа и места выхода экскурсантов из автобуса, указываются участки, на каких рассматривается та или иная подтема экскурсии. На схеме также может быть указана скорость движения автобуса, в первую очередь на участках, где необходимо передвижение в медленном темпе для лучшего осмотра природных объектов. Указание на ско-

рость движения автобуса особенно важно при освоении экскурсии новыми экскурсоводами.

На этой стадии желательны консультации с представителями ГАИ и природоохранных учреждений, а также иными специалистами.

Этап 5. Объезд маршрута. Методически грамотно спланированная экскурсия требует обязательного объезда маршрута с целью анализа возможности ее проведения.

На данном этапе проверяется возможность подъезда на автобусе к объектам или местам стоянок, состояние дорог; уточняется место расположения объектов, а также места предполагаемых остановок экскурсионного автобуса или пешеходной группы. Объезд позволяет провести достаточно точный хронометраж времени, необходимого для показа объектов, их словесной характеристики и передвижения автобуса (пешеходной группы), а также уточнить продолжительность экскурсии в целом и ее километраж.

Именно на местности можно убедиться в целесообразности использования намеченных экскурсионных объектов, выбрать лучшие точки для показа объектов и варианты расположения экскурсионной группы, определится с методическими приемами показа и рассказа.

Также в целях безопасности передвижения туристов по маршруту необходимо выявить потенциально опасные места, разработать механизмы обеспечения безопасности.

Разработка автобусного маршрута завершается согласованием и утверждением паспорта и схемы маршрута, точного расчета километража и времени использования автотранспорта.

Этап 6. Подготовка контрольного и индивидуальных текстов экскурсии. После утверждения маршрута экскурсии творческая группа начинает работу над созданием текста экскурсии. Контрольный текст всегда находится в туристической организации, им может воспользоваться любой экскурсовод, осваивающий данную экскурсию. Текст составляется в соответствии с целью и темой экскурсии, отбирается самое главное, намечается логический ход изложения, формируются обобщения, формулируются выводы.

Данный текст является основой для создания вариантов экскурсий для различных категорий туристов, может дополняться материалами, связанными с объектами и подтемами, не включенными в маршрут базовой экскурсии.

К экскурсионным текстам предъявляются требования:

- полнота раскрытия темы;
- краткость изложения;
- достоверность фактического материала (статистика, даты и др.);
- четкость формулировок;
- информационность;
- чистота литературного языка.

Помимо материалов для рассказа экскурсовода в контрольный текст включают материалы, которые должны составить содержания вступительного слова и заключения экскурсии, а также логические переходы между отдельными подтемами. Текст должен быть удобен для пользования. Необходимо в контрольном тексте сохранить указания на источники используемых материалов.

На практике установлено, что объем контрольного текста для 3-часовой автобусной экскурсии составляет 40–60 страниц текста компьютерного набора, для пешеходной – 25–30 страниц.

Контрольный текст экскурсии утверждается руководством туристско-экскурсионной организации. На титульном листе указываются наименование туристического предприятия, тема экскурсии, авторы текста, дата написания.

На основании контрольного текста все члены творческой группы, а в дальнейшем и другие экскурсоводы, собирающиеся проводить экскурсию на данную тему, готовят свои индивидуальные тексты экскурсии. Они должны соответствовать контрольному тексту, а материал в них излагаться в той последовательности, в которой показываются объекты на маршруте.

Индивидуальный текст представляет собой готовое для исполнения экскурсионное произведение, т.е. текст для экскурсионного рассказа, который выражает видение конкретного экскурсовода, присущий ему стиль изложения рассказа, эмоциональности. При демонстрации объектов каждый экскурсовод использует наиболее близкие ему методические приемы показа и рассказа.

При составлении индивидуального текста важно учитывать разницу между речью лектора и экскурсовода. Как отмечал в своих методических рекомендациях Б. Емельянов, в ходе экскурсии экскурсовода «торопят» объекты, которые необходимо показать группе. Три–четыре часа, отведенные на экскурсию, пребывание туристов на ногах и в природной среде вынуждают экскурсовода говорить кратко, четко характеризовать находящиеся перед группой объекты, сжато рассказывать о связанных с ними событиями или легендами.

Продолжительность рассказа не должна превышать времени, на которое объект способен привлечь к себе внимание. Чаще всего это пять-семь минут, после которых наступает так называемый «кризис внимания». Наиболее действенным способом его преодоления считается переход к следующему объекту.

Композиционно экскурсия состоит из трех частей, отражаемых в структуре индивидуального текста: вступление, основная часть и заключение.

Цель **вступления** – заинтересовать аудиторию, установить контакт с группой. Вступление подразделяется на организационную и информативную части. В организационной экскурсовод представляется, называет тему, сообщает маршрут, продолжительность экскурсии, место ее окончания, проводит инструктаж о правилах поведения на маршруте и общей безопасности.

В информационной части экскурсовод кратко излагает содержание экскурсии, называет наиболее значимые объекты, которые увидят экскурсанты, несколько подтем, с которыми их познакомят. Хронологически вступление не должно занимать более 5–7 минут.

Основная часть экскурсии строится на сочетании показа и рассказа и состоит из отдельных подтем, раскрываемых на различных объектах, и соединенных между собой логическими переходами.

Логические переходы должны вытекать из содержания предыдущей подтемы и помочь перейти к изложению следующей. Придавая экскурсии целостность и законченность, логические переходы могут носить характер обобщения, сравнения, дополнения и т.д.

В **заключении** экскурсовод подводит итоги, делает выводы по теме экскурсии, отвечает на вопросы экскурсантов.

В идеальной модели подготовки новой экскурсии, разработанной Б. Емельяновым еще в 1970-х гг., этап написания индивидуального текста проходил значительно позже создания контрольного текста и являлся одним из завершающих. Однако, современные условия жесткой рыночной конкуренции на туристическом рынке создают дефицит времени на разработку нового туристического продукта. Поэтому создатели новых экскурсий стараются при подготовке контрольного текста максимально приближать его к требованиям индивидуального, что позволяет объединить эти два процесса в один этап.

Этап 7. Комплектование «портфеля экскурсовода». Так называется комплект наглядных пособий, используемый дополнительно в экскурсии, который должен дополнять и восстанавливать недостающие звенья зрительного ряда. Это особенно важно в тех случаях, когда объекты показа дошли до нас в измененном виде или не сохранились вовсе. Тогда фотографии, рисунки, чертежи помогут восстановить первоначальный вид объекта.

В «портфель экскурсовода» включаются географические карты, картосхемы, фотографии редких растений и животных, геологические образцы, гербарные листы, образцы продукции промышленных предприятий, фотографии людей, имеющих отношение к теме экскурсии,

магнитофонные записи и другой иллюстративный материал, который помогает насытить экскурсию зрительными образами.

При отборе дополнительного наглядного материала важно соблюдать ряд условий:

- разумное дозирование (при 3-4 часовой экскурсии пособий должно быть не более 15. Их обилие может утомить, рассеять внимание, уменьшить интерес к экскурсии;

- необходимость и целесообразность их использования;

- познавательная ценность, т.е. насколько предлагаемое пособие может обогатить экскурсию, сделать показ и рассказ более наглядными и понятными;

- необычность, например логотип организации с изображением редкого вида животных и др.;

- выразительность.

Наглядные пособия должны быть удобны для использования.

Фотографии, картосхемы, гербарные листы должны иметь плотное основание и размеры не менее 18×24 см (оптимальным является формат А4), отличаться ясностью и четкостью изображения.

Весь наглядный материал следует подбирать и готовить к показу заранее. Совершенно недопустимо рвать растения во время экскурсии или вынимать фрагменты камней или кирпичей из кладки с желанием показать состав данного кирпича или форму камня.

Методику демонстрации наглядных пособий определяют на стадии формирования «портфеля» и проверяют на маршруте. Рекомендации по использованию наглядных материалов включаются в технологическую карту.

К каждому наглядному пособию, включенному в «портфель экскурсовода» прикладывается листок с пояснениями или справочным материалом, в определенных случаях листок может быть приклеен на обратную сторону пособия. Такая аннотация служит исходным материалом для экскурсовода при показе экспоната туристам.

Перечень наглядных пособий к той или иной экскурсии не остается неизменным, в процессе жизни экскурсии он постоянно совершенствуется и дополняется.

Этап 8. Выбор методических приемов проведения экскурсии.

Успех проведения экскурсии находится в прямой зависимости от использования в ней методических приемов показа, рассказа и движения. Выбор того или иного методического приема зависит от наличия зрительных объектов, их внешнего вида, степени сохранности и объема информации, необходимой для рассказа туристам.

Работа творческой группы на этом этапе состоит из нескольких частей:

- отбора наиболее эффективных методических приемов для освещения подтем, методических приемов, которые рекомендуются в зависимости от экскурсионной аудитории (взрослые, дети), места проведения экскурсии (парк, лес, горный массив), времени проведения (зима, лето, день, вечер), особенностей показа;
- определения приемов сохранения внимания экскурсантов и активизации процесса восприятия экскурсионного материала;
- выработки рекомендаций по использованию выразительных средств в речи экскурсовода;

Не менее важно определить технологию использования методических приемов. Наиболее часто употребляемыми приемами показа в природоведческих экскурсиях являются:

1. *прием предварительного осмотра*. Это первая ступень наблюдения объекта, дает возможность туристам сориентироваться в пространстве, воспринять объект в его ландшафтном окружении;

2. *прием естественнонаучного зрительного анализа*. Предполагает выявление существенных свойств объекта путем использования методов различных наук;

3. *прием панорамного показа*. Дает возможность экскурсантам наблюдать общий вид местности. Это может быть вид на долину реки, горный хребет, дающий возможность с эстетической точки зрения оценить красоту природы или масштабность природных объектов;

4. *прием зрительного сравнения*. Данный прием построен на зрительном сопоставлении различных предметов или частей одного объекта с другим, находящимся перед глазами экскурсантов. При этом

сравнивают друг с другом как схожие, так и разные по своему внешнему облику объекты. Одна из задач данного методического приема — выявить характерные черты, особенности объекта, в сравнении показать его оригинальность и неповторимость;

5. методические приемы движения: к объекту, вокруг объекта и возле объекта. Они позволяют усилить впечатления от осмотра экскурсионных объектов, соединить зрительные восприятия с моторными. Например, подъем на холм или спуск в ущелье дают возможность туристам собственными ногами ощутить высоту или глубину объекта.

Используемые в природоведческих экскурсиях приемы рассказа:

1. **описание** – последовательное перечисление основных свойств и качеств объекта;

2. **объяснение** – прием, с помощью которого выясняются причины какого-либо явления, например можно дать объяснение появлению тумана или дождя;

3. **экскурсионное комментирование и репортаж.** Данный прием может быть использован в случае наблюдения туристами динамичных, изменяемых явлений или процессов (полет птицы, бег муравья, волны на озере, закат солнца и др.). Сущность приема заключается в демонстрации наблюдаемого объекта, передавая динамику его развития. Акцентируется внимание на специфических чертах явления;

4. **цитирование** – введение в рассказ отрывков из произведений для воссоздания в сознании экскурсантов зрительного образа, художественного усиления рассказа. Часто в природоведческих экскурсиях используются цитаты из произведений К. Паустовского, В. Бианки, Я. Коласа и др.

К числу особых методических приемов, используемых в природоведческих экскурсиях, можно отнести:

1. **прием заданий (вопросов-ответов).** Его основная задача – путем задавания вопросов заинтересовать экскурсантов, заставить задуматься, активизировать свою мыслительную деятельность, возбудить воображение;

2. прием исследования – проведение экскурсоводом лично или туристами под его руководством небольшого эксперимента, на практике подтверждающего утверждения, высказанные в ходе рассказа. Например, можно определить ширину и скорость течения ручья, глубину ущелья, высоту дерева, плотность минерала и др.

Этап 9. Определение техники ведения экскурсии. Техника ведения экскурсии объединяет все организационные вопросы экскурсионного процесса. Для автобусных экскурсий необходимо тщательно продумывать, когда и где экскурсанты должны выходить для осмотра объектов, как организовать безопасное передвижение экскурсантов между объектами, как и когда демонстрировать экспонаты «портфеля экскурсовода» и т. д. Соответствующие записи вносятся в графу технологической карты «Организационные указания». Эти указания адресованы и водителю автобуса. Например, в каком месте поставить на парковку автобус, где необходимо ехать медленнее для наблюдения объекта из окна.

Отдельные указания относятся к экскурсантам (предварительный инструктаж перед продажей тура, соблюдение правил безопасности на маршруте, выход из автобуса, размещение в салоне). Важно сформулировать рекомендации: об использовании пауз в экскурсии; о соблюдении времени, отведенного на освещение подтем; организацию ответов на вопросы экскурсантов; о технике использования экспонатов «портфеля» и т. п.

Не менее важны указания о месте экскурсовода при показе объектов, руководстве самостоятельной работой экскурсантов на маршруте, проведении рассказа при движении автобуса. Кроме этого к организационным вопросам относится выделение времени для фотографирования, покупки сувениров, отдыха и др.

Этап 10. Технологическая карта экскурсии. Технологическая карта экскурсии представляет собой итоговый документ, который вместе с текстом дает право на проведение и продажу экскурсии.

В ней указываются тема, цель, задачи экскурсии, оптимальный вариант маршрута, его протяженности и продолжительность, объекты показа, места остановок, подтемы, организационные и методические

указания, методические приемы показа и рассказа, которыми должен пользоваться экскурсовод в своем рассказе.

К составлению технологической карты предъявляются *требования*: создание условий для полного раскрытия темы, обязательное соблюдение структуры экскурсии, отражение принципа построения маршрута, выбор наиболее эффективных методических приемов, четкость рекомендаций по организационным вопросам. Кроме того карта должна отражать дифференцированность подходов к обслуживанию экскурсантов.

В зависимости от нормативных требований контрольный текст и технологическая карта могут направляться на рецензию специалистам в области тематики экскурсий.

Этап 11. Проведение пробной экскурсии и ее утверждение. Пробная экскурсия – завершающий и самый эмоционально насыщенный этап работы по созданию новой экскурсии. На нее приглашаются руководители туристско-экскурсионной организации, члены творческой группы, экскурсоводы, научные работники и специалисты, которые должны дать заключение по поводу качества ее подготовки. Пробную экскурсию обычно проводит руководитель творческой группы или один из ее членов. Приглашенным на пробную экскурсию выдается карточка прослушивания экскурсии, с помощью ответов на вопросы которой дается оценка ее качества.

Основная цель проведения пробной экскурсии – проверка в реальных условиях возможности проведения экскурсии, оценка качества ее подготовки и правильности выбора методических и организационных указаний.

Обсуждение экскурсии проводится по ее окончании, в результате чего принимается решение о рекомендации экскурсии к утверждению или доработке.

Пакет документов новой экскурсии (картосхема маршрута, контрольный текст и технологическая карта) утверждается руководителем туристско-экскурсионного предприятия. С этого момента экскурсия может быть внедрена в производство.

Литература

1. Bell S. Design for Outdoor Recreation. – London : Spon Press, 1997. – 218 p.
2. Strasdas W. The Ecotourism Training Manual for Protected Area Managers / German Foundation for International Development, Center for Food, Rural Development and the Environment. – Germany : Zschortau, 2002. – 100 p.
3. Афонин, А.В. Экологические тропы России / А.В. Афонин. – М. : ПК Литфонда России, 1993. – 36 с.
4. Борейко, В.Е. Дорога к заповеднику / В.Е. Борейко. – М., 1996. – 120 с.
5. Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса : технология создания турпродукта : учебно-практическое пособие / О.Ю. Грачева, Ю.А. Маркова, Л.А. Мишина, Ю.В. Мищунина – Москва : «Дашков и К», 2010. – 276 с.
6. Дмитрук, О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу / О.Ю Дмитрук / Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.
7. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение: учебник / Б.В. Емельянов. – М. : Советский спорт, 2009.- 216 с.
8. Иванов, А.Н. Проблемы рекреационного использования особо охраняемых территорий (на примере Долины гейзеров) / А.Н. Иванов, В.А. Валебная, В.П. Чижова // Вестник Моск. ун-та. Серия 5. География. – 1995. – №6. – С. 68–74.
9. Иглс, П. Устойчивый туризм на охраняемых природных территориях. Руководство по планированию и управлению / П. Иглс [и др.]. – М.– Смоленск : Маджента, 2006. – 188 с.
10. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник / Е.Н. Ильина. – Москва : Финансы и статистика, 2008. – 240 с.
11. Калихман, А.Д. Тропы природных территорий у Байкала / А.Д. Калихман, Т.П. Калихман, В.В. Хидекель. – Иркутск: Изд-во «Оттиск», 2005. – 114 с.
12. Кусков, А.С. Особенности российской практики организации экологических и эколого-культурных туров / А.С. Кусков, Е.И. Арсеньева // Туристская библиотека [Электронный ресурс]. – 2005. – Режим доступа :

http://tourlib.net/statti_tourism/kuskov_ecotourism3.htm. Дата доступа : 20.12.2010.

13. Савина, Н.В. Экскурсоведение: пособие / Н.В. Савина. – Минск : БГЭУ, 2009. – 255 с.

14. Савина, Н.В. Экскурсоведение: учеб. пособие / Н.В. Савина, З.М. Горбылева. – Минск : БГЭУ, 2004. – 335 с.

15. Тропа в гармонии с природой. Сборник российского и зарубежного опыта по созданию экологических троп. – М. : "Р.Валент", 2007. – 176 с.

16. Храбовченко, В.В. Экологический туризм : учеб.-метод. пособие / В.В. Храбовченко. – Москва : Финансы и статистика, 2004. – 208 с.

17. Чижова В.П. Принципы организации туристских потоков на особо охраняемых территориях разного типа / В.П. Чижова // Экологические проблемы сохранения исторического и культурного наследия. Мат-лы VII Всерос. конф. Сборник научных статей. – М.: Институт Наследия, 2002. – С. 390–405.

18. Чижова В.П. Учебные тропы природы / В.П. Чижова, А.В. Добров, А.Н. Захлебный. – М.: Агропромиздат, 1989. – 159 с.

19. Чижова В.П. Школа природы. Экологическое образование в охраняемых природных территориях / В.П. Чижова. – М.: Эколого-просветительский центр «Заповедники» – WWF, 1997. – 128 с.

20. Чижова, В.П. Определение допустимых нагрузок на туристско-экскурсионных маршрутах / В.П. Чижова // Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. – Тула : Гриф и К., 2002. – С. 99–107.

Глава 4 ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА (ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРА)

4.1 Система продвижения туристического продукта как элемент общей стратегии маркетинга

В условиях коммерциализации туристской деятельности, появления многочисленных туристических операторов и турагентств, значительного роста туристического рынка и усиления конкуренции среди его субъектов возникает необходимость активного продвижения туристического продукта, направленного на привлечение наибольшего числа клиентов, максимизацию доходов и прибыли туристического предприятия. **Система продвижения** представляет комплекс мер, усилий и действий (реклама, пропаганда, участие в специализированных выставках, ярмарках, издание каталогов, стимулирование продаж и т. д.), используемых фирмой для информирования, убеждения или напоминания о туристическом продукте с целью создания спроса на данный продукт и дальнейшей его реализации.

В сущности, основной целью продвижения является создание условий, обеспечивающих реализацию туристического продукта, что базируется на:

- привлечении внимания и формировании интереса потенциальных клиентов и потребителей к продвигаемому туристическому продукту;
- формировании желания к приобретению и стимулирование потенциальных клиентов и потребителей к реальному действию по приобретению туристического продукта.

Продвижение туристического продукта направлено, таким образом, на реализацию конкретных управленческих задач, а именно:

1. информирование потребителей и других заинтересованных сторон о новых туристических продуктах, выводимых на рынок;
2. распространение информации и повышение осведомленности потребителей и других заинтересованных сторон о предлагаемых туристических продуктах;
3. стимулирование и увеличение продаж предлагаемых туристических продуктов;
4. создание и поддержание собственного имиджа туристической фирмы;
5. консолидация усилий участников сбытовой сети и других заинтересованных сторон (государственных органов и организаций, общественных объединений, ассоциаций туристических фирм и т.д.) с целью обеспечения совместного продвижения туристических продуктов, создания и поддержания привлекательного для туризма региона, лоббирования интересов туристических фирм и т.д.

Мероприятия по продвижению туристического продукта могут быть нацелены не только на конечных потребителей, но и на производителей туруслуг (туроператоров), посредников (турагентов), других участников сбытовой сети, которые проводят туристский продукт от производителя до его потенциального потребителя, а также на контактные аудитории (социальные группы, общественные организации), оказывающие влияние на принятие решения о покупке туристического продукта. Особое внимание при этом уделяется эффективной системе маркетинговой коммуникации всех участников сбытовой сети.

Различные туристические предприятия организуют выполнение функции продвижения туристического продукта по-разному. Наиболее крупные, имеют, как правило, в своем штате специализированное структурное подразделение, выполняющее различные функции маркетинга, в том числе продвижение турпродуктов, другие – только одного специалиста, ответственного за продвижение туристического продукта. В структуре субъектов малого предпринимательства формально не отражена функция продвижения, вследствие выполнения сотрудниками

одновременно нескольких управленческих функций. В свою очередь, задачи продвижения могут реализовываться туристическим предприятием самостоятельно, собственными силами, или предприятие может прибегнуть к управлению продвижением посредством факторинга. Выбор одного из возможных вариантов определяется следующими факторами:

1. наличие прямых каналов выхода на территориальные рынки;
2. стоимость продвижения;
3. наличие опыта продвижения туристического продукта, специалистов необходимой квалификации;
4. знание особенностей туристического продукта;
5. конфиденциальность.

Разработка эффективной стратегии продвижения туристического продукта осуществляется на основе принятой туристической фирмой общей стратегии маркетинга. Специфической особенностью продвижения экологического туристического продукта, предполагающего формирование конкретных туристических маршрутов, является необходимость его целевого продвижения, что актуализирует задачу обеспечения прозрачности туристического рынка и предсказуемости его развития. Организационно процесс разработки эффективной системы продвижения туристического продукта включает следующие процедуры:

1. Исследование рынка сбыта туристического продукта. Туристической фирме необходимо располагать развернутой характеристикой рынка или его сегмента, т.е. знать его территориальные границы, емкость, оценку потенциальных объемов продаж по отдельным туристическим продуктам, наличие типа покупательского спроса, интенсивность конкуренции, уровень и тенденции цен, реакции потребителей на те или иные маркетинговые действия, наиболее эффективные средства массовой информации, действующие на данной территории и т.д. Нельзя осуществлять продвижение, не зная сложившейся рыночной ситуации, целевого потребителя, желаний и возможностей целевого сегмента, намерений и действий конкурентов. Без выявления тенденций и закономерностей развития рынка существенно затрудняется регулиро-

вание рыночных процессов и адаптация к ним деятельности туристической фирмы.

2. Установление и исследование целевых клиентов и потребителей. Результатом является выявление наиболее перспективных, с точки зрения обеспечения продаж, групп потенциальных клиентов и потребителей, на которые в дальнейшем целесообразно направить мероприятия по продвижению туристического продукта. Исследования данного этапа направлены на сбор первичных данных о целевой аудитории, которые объединяют демографические, социально-экономические, психологические характеристики (образ жизни, взгляды и мнения, осведомленность, намерения, мотивы, поведение). Результаты позволяют более объективно подойти к процессу установления наиболее эффективных методов и инструментов продвижения, выбора носителей рекламы, содержания сообщений и т.д.

3. Анализ туристического продукта и оценка его конкурентоспособности. На данном этапе проводится анализ и оценка качественных, экономических и потребительских характеристик туристического продукта, установление его новизны, уникальных свойств, достоинств и конкурентных преимуществ. Результаты анализа позволяют установить конкретные характеристики туристического продукта, на которых целесообразно сконцентрировать внимание потребителей, а также разработать план мероприятий по его усовершенствованию и улучшению качества предоставляемых услуг.

4. Установление и анализ участников сбытовой сети, лиц, государственных органов, общественных организаций, оказывающих прямое или косвенное влияние на процесс реализации туристического продукта. Результаты анализа позволяют установить основных участников для организации совместного продвижения туристического продукта, объединить и скоординировать их усилия на различных уровнях (государственном, объединений и общественных организаций сферы туризма, отдельной туристической фирмы). Совместное продвижение позволяет обеспечить поддержку со стороны органов государственного управления, создать привлекательный для туризма образ региона, привлечь дополнительные финансовые ресурсы, расширить диапазон ис-

пользуемых методов и инструментов продвижения, установить границы ответственности, повысить охват и силу воздействия реализуемой системы продвижения.

5. Установление цели продвижения, которая предусматривает достижение конкретной ответной реакции потребителей и других заинтересованных сторон (получение познавательного, эмоционального, поведенческого отклика). Цели должны быть ясно и четко сформулированы, быть достаточно детальными, должна существовать возможность их измерения и оценки уровня их достижения. Характер целей определяет выбор типа продвижения (индивидуальное, совместное), методов, каналов продвижения и т.д.

6. Установление методов, инструментов и каналов продвижения. На принимаемые решения оказывают влияние такие факторы, как жизненный цикл туристического продукта, особенности целевого рынка, поддержка посредников, поставщиков и других заинтересованных сторон. При выборе рекламного метода продвижения осуществляется разработка рекламных обращений. При не рекламных методах продвижения осуществляется выбор конкретных инструментов продвижения туристического продукта.

7. Разработка плана продвижения. Осуществляется проработка конкретных действий, осуществляемых в рамках программы продвижения туристического продукта, установление ответственных лиц и исполнителей, выбор времени для проведения мероприятий, определение продолжительности и интенсивности продвижения.

8. Формирование бюджета продвижения. Общий бюджет распределяется по методам продвижения, сегментам рынка, видам туров, периодам продажи.

9. Реализация программы продвижения. На данном этапе осуществляется мониторинг достигнутых результатов, внесение корректировок в программу с учетом выявленных отклонений, изменений внешнего и внутреннего окружения фирмы.

10. Оценка эффективности программы продвижения туристического продукта. Оценивается коммуникационный эффект и эконо-

мическая эффективность, обусловленная изменением объема продаж туристического продукта.

Программа продвижения обеспечивает ее соответствие поставленной цели посредством установленных методов продвижения. В системе продвижения туристического продукта целесообразно сочетать в комплексе как рекламные, так и нерекламные методы продвижения. К нерекламным методам продвижения относятся: личные (персональные) продажи, прямая рассылка информации и работа с различными базами данных, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, пропаганда или организация публичных рилейшнз.

4.2 Методы продвижения туристического продукта

Значительная роль в сфере продвижения туристического продукта принадлежит рекламе, являющейся наиболее действенным методом распространения информации о туристическом продукте и ее донесения до потенциальных потребителей и других заинтересованных сторон. С помощью рекламы туристическая фирма имеет возможность привлечь внимание к предлагаемым туристическим продуктам, вызвать интерес, воздействовать на взгляды и мнения, формировать мотивы покупки, определенный уровень знаний о туристическом продукте, предоставить возможность дополнительного его изучения, создать положительный имидж туристической фирмы, управлять поведением потребителя.

Реклама туристического продукта имеет свою специфику, определяемую особенностями самой туристической сферы. Туристический продукт представляет собой комплекс услуг, удовлетворяющих определенные потребности туристов и подлежащих оплате с их стороны. Специфика туристических услуг (не осязаемость, не постоянство качества, не определенность исполнения и пр.) значительно повышает необходимость использования зрительных, наглядных образов и средств, отражающих объекты туристического предложения. Именно поэтому в рекламе туристического продукта широко используются фотоматериалы, изопродукция, другие инструменты, обеспечивающие наглядность и восприятие туристического продукта.

Эффективная организация рекламы позволяет решать стратегические и тактические задачи освоения рынка туристических услуг. Основными задачами рекламы являются:

- информирование – формирование осведомленности и знания о новых туристических продуктах, конкретном событии, о туристической фирме и т.д.;
- увещевание – постепенное, последовательное формирование предпочтения, соответствующего восприятию потребителем образа фирмы и ее предложения, убеждение покупателя совершить покупку, изменение отношения к туристическому продукту, поощрение факта покупки и т.д.;
- напоминание – поддержание осведомленности и спроса, подтверждение имиджа, удержание в памяти потребителей информации о туристическом продукте, напоминание, где можно его приобрести.

В качестве средств рекламы туристического продукта могут использоваться телевидение, пресса, книжная продукция, радио, печатная продукция, интернет, вывески, стенды, рекламные щиты, объявления на транспортных средствах и т.д.

Самый широкий охват аудитории позволяет обеспечить, несомненно, **телевизионная реклама**. Наиболее распространенными являются рекламные ролики, объявления, репортажи и передачи, а также заставки в перерывах между передачами. Высокая степень привлечения внимания, возможность восприятия информации на слух, а также визуально, воздействие сообщений на разнообразные чувства людей являются достоинствами данного средства. Безусловно, телереклама представляет наиболее затратный способ продвижения туристического продукта. На окупаемость затрат непосредственным образом влияет качество рекламного сообщения, его направленность на целевую аудиторию, а также грамотный подход к размещению рекламы, а именно выбору телевизионного канала, определению времени выхода и периодичности размещения рекламного ролика или сообщения, периоду размещения рекламы на телевидении и т.д.

Среди наиболее распространенных средств рекламы туристических продуктов следует выделить **рекламу в прессе**. Основными носителями рекламной информации выступают газеты, журналы, справочники, катало-

ги. Информация в прессе может размещаться либо в форме объявлений, либо в форме публикаций обзорно-рекламного характера. С помощью объявлений фирма имеет возможность проинформировать потенциальных клиентов о своем существовании на рынке и позиционируемом предложении туристических продуктов. Публикации обзорно-рекламного характера, размещаемые в форме статей, репортажей, обзоров могут обеспечивать как продвижение конкретных туристических продуктов, так и создание, поддержание и развитие имиджа туристической фирмы. Достоинством газетной рекламы является возможность оперативного выхода на региональный рынок, широкий охват местной аудитории, возможность оперативного и менее затратного обновления информации, быстрый ее поиск потребителями вследствие присутствия специализированных рубрик рекламной или туристической направленности. Однако, сравнивая качество полиграфической продукции, газеты в значительной степени уступают журналам. К числу достоинств журналов можно также отнести более высокий престиж, возможность охвата узкоспециализированных сегментов рынка, более длительный жизненный цикл сообщений. Инструментом обеспечения обратной связи с потребителями является размещение в прессе наряду с рекламной информацией специальных купонов, позволяющих направлять в адрес рекламодателя интересующую информацию, присылать заявки, получать скидки на приобретаемые услуги. При выборе носителей рекламы в прессе необходимо обеспечивать ее соответствие и адресованность целевому рынку. В силу своей оперативности, повторяемости и широкого распространения реклама в прессе является одним из самых эффективных средств рекламы в сфере туризма.

Популяризацию в настоящее время приобретает **реклама, размещаемая в книжной продукции**. При этом достижение целевой аудитории и эффективность самой рекламы будет зависеть от того, насколько носитель соответствует или приближен к содержанию рекламы. В качестве книжной продукции следует рассматривать издания географо-туристической направленности: справочники о стране, карты областей, районов, книги о природных зонах, путеводители и т.д.

Массовость охвата потребителей туристического продукта позволяет обеспечить **радиореклама**. Безусловно, основными ее слушателями явля-

ются водители автотранспортных средств. Наиболее распространенными формами радиорекламы являются игровой ролик, объявление-информация, читаемая диктором, репортаж о каких-либо туристических событиях: новых маршрутах, туристических продуктах, презентациях, выставках и т.д. Радиореклама уступает другим средствам вследствие исключительно слухового восприятия информации.

Действенным средством рекламы, рассчитанным на зрительное восприятие потенциальных потребителей является **печатная продукция**: буклеты, каталоги, проспекты, плакаты, календари. Буклеты являются в большей степени средством имиджевой рекламы, могут выдаваться клиентам при посещении фирмы, заключении договоров, в ходе презентаций туристических продуктов, участия фирмы в выставках и т.д. С помощью каталогов фирма информирует потенциальных и реальных потребителей, других заинтересованных сторон о предлагаемых туристических продуктах, направлениях путешествий, условиях предоставления туров. Проспекты, как правило, информируют о каком-либо конкретном туристическом продукте, новом маршруте, содержат более подробное описание предлагаемой услуги. Плакаты способны отразить основную особенность рекламируемого туристического продукта, обеспечивая его наглядность и визуальное восприятие. Средством размещения фотоиллюстраций продвигаемых туристических продуктов могут выступать крупноформатные календари и календарики.

Возможность охвата целевого потребителя обеспечивает *почтовая реклама*, вследствие адресованности информации конкретной группе людей – постоянным или потенциальным потребителям, деловым партнерам, другим заинтересованным сторонам, готовым пойти на контакт. Наиболее распространенными формами почтовой рекламы являются письма, открытки, буклеты, проспекты, каталоги, брошюры, листовки, приглашения, программы и т.д. Прямая почтовая рассылка рекламной информации базируется на формировании и постоянном обновлении соответствующих клиентских баз данных (реальных и потенциальных потребителей, деловых партнеров, туроператоров, турагентов, организаций и т.д.) Личная адресованность, обеспечивающая положительное восприятие, расположение и доверие к фирме, относительно небольшие затраты на рассылку, возмож-

ность использования печатной продукции, обеспечивающей наглядность продвигаемых туристических продуктов являются достоинствами почтовой рекламы. Хорошие результаты дает почтовая рассылка при ее ориентации на корпоративных клиентов – работников конкретных организаций, планирующих совместный отдых, например в предпраздничные периоды.

Достаточно эффективным средством рекламы туристического продукта является **наружная реклама**, способная обеспечить широкий охват аудитории, практически все население, проживаемое на конкретной территории. Наружная реклама может быть представлена разнообразными видами. Это щитовая реклама (билборды, афиши, световые вывески, электронные табло, бегущие строки), реклама в местах продажи (указатели, витрины, фирменные вывески, оформление интерьеров офисов, приемных служебных помещений, комнат переговоров, использование фирменная одежда персонала и т.д.), на транспорте (рекламные сообщения на бортах транспортных средств и в салонах). Важным моментом при использовании наружной рекламы является установление ее территориального размещения и формирование содержания самого информационного сообщения.

Продвижению туристического продукта, созданию благоприятного имиджа туристической фирмы, общественного мнения способствует **выставочно-ярмарочная деятельность**. Туристические выставки и ярмарки позволяют знакомить потенциальных клиентов, других заинтересованных сторон с туристическими фирмами, функционирующими на рынке, предлагаемыми, в том числе выводимыми на рынок новыми туристическими продуктами, информировать об особенностях предоставления туристических услуг. С одной стороны, выставки позволяют сориентироваться потребителям и деловым партнерам в огромном количестве туристических предложений, с другой – найти туроператорам партнеров по сбыту туристических продуктов. Выставки могут носить различный уровень: международный, национальный, региональный. В настоящее время остро назрела необходимость в организации проведения внутренних региональных выставок, дающих широкие возможности представить туристические фирмы и их продукты общественности, деловым партнерам, заключать контракты, распространять информацию через широкий круг посетителей и журнали-

стов, обмениваться опытом работы. Участие в выставках позволяет туристическим фирмам использовать различные средства рекламы.

Одним из самых распространенных и эффективных инструментов продвижения туристического продукта и привлечения клиентов в туристическую фирму является **интернет-реклама**. Интернет-реклама предполагает создание на первоначальном этапе Интернет-сайта туристической фирмы. Качество интернет-сайта определяется его структурой, понятной навигацией, информативным содержанием, наличием побуждающих к покупке текстовых обращений и сообщений, легко запоминающимся доменным именем. Важным атрибутом является установление специальных счетчиков, отслеживающих посещаемость сайта туристической фирмы. Основными формами интернет-рекламы являются: контекстная реклама, поисковое продвижение туристических продуктов, контекстно-баннерная реклама, реклама в социальных сетях и форумах. Эффективность интернет-рекламы повышается при использовании вышеперечисленных средств в комплексе.

Контекстная реклама предполагает размещение текстовой рекламы туристической фирмы на странице выдачи результатов поисковых систем, таких как Яндекс, Google, Рамблер и т.д.. Рекламные объявления туристических фирм показываются в стороне от результатов поиска. Размещение рекламы в поисковых системах происходит путем приобретения ключевых слов (которые пользователи вводят в поисковую строку, пытаясь найти тур или путевку) на месяц. Контекстная реклама в наибольшей степени подходит для продвижения туристических продуктов, продвижения турагентства или рекламы туроператора. Контекстная реклама туристической фирмы в наиболее распространенных поисковых системах – Яндексе, Google, Рамблере – дает мощный и максимально быстрый эффект.

Поисковое продвижение нацелено на увеличение посещаемости сайтов клиентами из поисковых систем. Ссылка на сайт туристической фирмы показывается в естественных результатах поиска. Попадание сайта туристической фирмы в ТОП-10 результатов поиска соответствующей поисковой системы по определенным ключевым словам, способно обеспечить рост посещаемости сайта, увеличить количество клиентов. Но дости-

жение подобных результатов требует значительных временных затрат, и соответственно не подходит для мгновенного информирования потенциальных потребителей.

Контекстно-баннерная реклама предполагает размещение графических анимационных блоков в результатах поиска и на сайтах-партнерах поисковых систем. Данная разновидность интернет-рекламы привлекает внимание своей динамикой и яркостью. Довольно эффективным средством интернет-рекламы является реклама туристической фирмы и туристического продукта **в социальных сетях**, что предполагает создание специальной группы туристической фирмы. Такая группа по своей функциональной направленности может заменить собственный сайт, так как позволяет сообщать информацию о новых туристических предложениях, оперативно принимать заявки. Эффективность данного средства будет определяться популярностью группы. Еще одним эффективным средством рекламы туристической фирмы является реклама **в форумах**. Реклама туристических продуктов в таком формате позволяет подробно рассказать о всех преимуществах того или иного путешествия, при этом уровень доверия к такой информации может быть очень высоким, так как она подается в форме рассказа или совета от бывалого путешественника.

Выбор в пользу того или иного средства рекламы определяется поставленными целями рекламной деятельности, инфраструктурой рекламного рынка, доступностью средств рекламы, имеющимся бюджетом туристической фирмы. Контроль за размещением рекламы, сопоставление затрат и доходов, полученных в результате реализации туристического продукта позволяет провести оценку эффективности рекламы, установить наиболее результативные и эффективные средства рекламы в продвижении туристического продукта.

Усилению воздействия на потребительские группы способствует совместное использование рекламы и нерекламных методов продвижения (личная продажа, стимулирование сбыта, пропаганда), что создает мощный инструмент управления неценовой конкурентоспособностью туристического продукта и туристической фирмы. Кооперация данных методов позволяет привлечь внимание, создать интерес у потенциальных потребителей к конкретному туристическому продукту (осуществляется в процес-

се рекламы), создать желание приобрести продукт (в процессе личной продажи), подкрепить это желание различными формами стимулирования продаж (посредством методов стимулирования сбыта).

Активизации продаж туристических продуктов способствует **пропаганда туризма**, формирующая благоприятное общественное мнение, оказывающая влияние на взгляды и мнения отдельных потребителей и определяющая их поведение в отношении продвигаемых туристических продуктов. Пропаганда может осуществляться в различных формах (использование редакционного, не оплачиваемого фирмой места и времени в различных рекламоносителях), организация или участие в публичных мероприятиях (выставках, семинарах, презентационных днях и т.д.), участие в благотворительных акциях.

Пропаганда способствует повышению уровня общественной осведомленности, установлению взаимопонимания и доверительных отношений между туристическим предприятием и общественностью, формированию благоприятного имиджа туристической фирмы, поддержанию ее репутации на рынке, формированию общественного мнения о направлениях деятельности, популяризации предлагаемых туристических продуктов, повышению авторитета туристической фирмы, развитию сферы туризма в конкретном регионе.

Основными средствами пропаганды является установление и поддержание деловых связей с представителями средств массовой информации, государственными органами, регулирующими развитие туризма на определенных административно-территориальных единицах, общественными организациями, ассоциациями, союзами, объединяющими и продвигающими интересы туристических фирм. Установлению и развитию связей с прессой способствует приглашение журналистов на организуемые презентационные дни по случаю выведения на рынок нового туристического продукта; юбилейные дни туристической фирмы, когда имеется возможность продемонстрировать основные достижения, заявить о новых перспективных направлениях деятельности; различные приемы, пресс-конференции, семинары; приглашение журналистов совершить так называемую информационную поездку по выбранному маршруту за счет средств фирмы. Собранный информационный материал, в последующем

опубликованный в различных средствах массовой информации, представляет действенный инструмент управления поведением потребителей вследствие отражения именно мнения общественности. Популяризации туристических продуктов и деятельности туристических фирм способствует поддержка со стороны органов местного управления, так как развитие туристической деятельности должно опираться на принятые комплексные программы развития туризма в регионе, выделении бюджета на развитие инфраструктуры туризма и предпринимательства в сфере туризма, создании привлекательных зон для туризма, экологическом просвещении населения.

Значительный успех продвижению туристического продукта способны обеспечить **личные средства коммуникации**. Если реклама создает привлекательность туристического продукта и туристической фирмы, пробуждает интерес потребителя, а пропаганда способствует положительному восприятию рекламной информации, то именно техника личной продажи, оперирующая непосредственным контактом с потребителем, способствует созданию у покупателя желания приобрести услугу. Личные коммуникации позволяют, с одной стороны, налаживать взаимоотношения с потребителями и другими заинтересованными сторонами, с другой – выполнять сбытовые функции.

Техника личной продажи объединяет совокупность приемов осуществления операций, обеспечивающих установление контакта, формирование потребительского предпочтения, принятия решения о покупке, непосредственно реализацию туристического продукта. Техника личной продажи представляет достаточно гибкий инструмент управления восприятием, взглядами, мнением, поведением потребителя вследствие возможности оперативного анализа поступающей информации, предоставляемой самим потребителем в ходе общения, и возможностью корректировки воздействия на него со стороны торгового персонала туристической фирмы.

Основными задачами, реализуемыми в ходе личной продажи являются:

- установление личного контакта с потенциальными потребителями и другими заинтересованными сторонами;
- установление и поддержание доверительных долговременных отношений с потребителями и клиентами;

- выявление потребностей потребителей и клиентов;
- оказание консультационной поддержки потребителям и клиентам в процессе принятия ими решения о покупке туристического продукта;
- оказание влияния на выбор клиентов, формирование предпочтений, убеждений, реакций потребителей и клиентов, побуждение к приобретению туристического продукта;
- наблюдение за поведением потребителей и клиентов;
- сбор необходимой информации с целью адаптации туристических продуктов, системы обслуживания, техники личной продажи к запросам потребителей;
- поиск эффективных подходов в работе с клиентами;
- осуществление продажи туристического продукта;
- формирование и поддержание имиджа туристического продукта и туристической фирмы в целом.

Эффективность личной продажи обусловлена ее отличительной особенностью – способностью вызывать у клиента некоторую степень обязанности сделать выбор, отреагировать на побуждения со стороны турагентов совершить приобретение туристического продукта. Сам процесс личной продажи весьма трудоемкий, объединяет процедуры по проведению переговоров, установлению доверительных отношений и удовлетворению собственно потребности потребителя в ходе осуществления продажи туристического продукта. Проведение переговоров требует владения техникой передачи информации, аргументирования и нейтрализации замечаний собеседников, выбора времени, наиболее приемлемого для принятия решений о совершении покупки. Установление взаимоотношений опирается на многие составляющие: непосредственно прием посетителя, приветствие, установление контакта, поиск побудительных мотивов, ключевых интересов и выявление потребностей потребителей, представление туристического продукта, предоставление достоверной информации, наблюдение за развитием отношений, выслушивание, завершение общения. Удовлетворение потребностей предполагает документальное оформление отношений с целью реализации и предоставления продвигаемого туристического продукта.

Таким образом, в процессе личной продажи туристического продукта можно выделить следующие этапы:

1. **Прием клиента и установление контакта.** На данном этапе важно создать приятную атмосферу для общения, привлечь внимание, пробудить интерес клиента, создать условия открытости, предрасположенности к общению и установлению взаимоотношений. Обязательными атрибутами проявления интереса является оформление офиса туристической фирмы или специальных комнат для переговоров, внешний вид сотрудников, выражение лица, уверенность, вежливость. Именно несколько первых фраз воздействуют на клиента решающим образом, являются наиболее значимыми для дальнейшего установления взаимоотношений и принятия решений. Для данного этапа важна разрядка первоначальной напряженности (несколько теплых слов, комплементов, шутка, создание дружеской атмосферы и т.д.), обращение к клиенту по имени, внимательное отношение к мнениям и интересам клиента.

2. **Выявление потребностей клиента.** Важно установить проблемы, желания и предпочтения клиента, что позволяет с большей степенью вероятности продемонстрировать полезность и выгоды предлагаемого туристического продукта для клиента. Данный этап позволяет выявить мотивы и цели клиента, подготовиться к представлению туристического продукта, сформировать основные позиции аргументации.

3. **Представление продукта посредством передачи информации.** Огромное значение при этом имеет достоверность, полнота и возможность обеспечения наглядности и визуального восприятия передаваемой информации. Данный этап целесообразно сопровождать презентацией рекламных роликов, каталогов, проспектов, других рекламных материалов, способных отразить основные особенности представляемого туристического продукта, повышать степень восприятия информации, воздействовать на разнообразные чувства людей, вызывая вдохновляющие эмоции и желание сопричастности. Информирование клиента целесообразно сопровождать постановочными вопросами, уточняющими позицию клиента, позволяю-

щими собирать дополнительную информацию. Важным моментом передачи информации является выслушивание клиента, что позволяет с большей степенью сконцентрироваться на процессе продаж, создать имидж хорошего слушателя, изучать реакции клиента, подбирать действенные аргументы и т.д.

4. **Аргументация** позволяет главным образом изменять позицию и сформировавшееся мнение клиента, закреплять новое мнение, смягчать возникшие противоречия, создавать базу для принятия решения о покупке туристического продукта. Аргументация требует от торговых агентов больших знаний о туристическом продукте, его конкурентных преимуществах, деятельности самой туристической фирмы, действиях конкурентов, изменениях конъюнктуры туристического рынка, а также концентрации внимания, напористости, корректности высказываний. Важное значение для данного этапа имеет умение убеждать, аргументировано отвечать на выдвигаемые возражения и искусно использовать выразительные средства в устной речи. Методы аргументации целесообразно подбирать с учетом психологических особенностей клиентов (цифры, извлечение выводов, метод сравнения, "да – но", метод игнорирования, использования авторитета и т.д). Нейтрализация замечаний или преодоление возможных возражений. С одной стороны, попытки повлиять на выбор клиента, оказать на него некоторое давление может вызвать защитную реакцию в форме возражений, вопросов. С другой стороны, желание клиента сделать правильный выбор, как правило, подкрепляется уточняющими вопросами, цель которых – развеять возможные сомнения, получить большую ясность по интересующему вопросу. Высказываемые возражения, замечания облегчают беседу, так как указывают на интерес клиента, подсказывают, в каких местах следует усилить аргументацию, в каких положениях убедить клиента. При нейтрализации замечаний важно иметь несколько заранее подготовленных контраргументов, сохранять спокойный тон, уважительно относиться к позиции клиента, признавать его правоту, быть сдержанным в личных оценках.

5. Принятие решений и осуществление продажи туристического продукта. Именно данный этап определяет эффективность личной продажи, так как способствует привлечению новых клиентов, заключению договоров, притоку дополнительных доходов и увеличению выручки от продаж. Основной целью данного этапа является стимулирование клиента к выполнению намеченных действий по приобретению туристического продукта и оформлению договорных отношений. При этом могут применяться различные инструменты стимулирования (скидки, предоставление дополнительного бесплатного обслуживания, рекламных сувениров, различные приглашения и т.д.). Результаты данного этапа могут быть различными. Либо клиент сразу решается приобрести туристический продукт, либо откладывает это решение во времени, т.к. редко приходится принимать решение после разового обсуждения. В условиях, когда клиент сразу решается на приобретение туристического продукта важным является создание благоприятной атмосферы в конце продаж. Это может быть благодарность за решение, поздравление клиента с разумным решением, устранение остаточных сомнений посредством подчеркивания правильности сделанного выбора. Если клиент не решился сразу совершить покупку, следует предложить информационно-рекламные материалы, участие в дальнейшем общении, по возможности договориться о последующей встрече.

6. Документальное оформление взаимоотношений туристической фирмы и клиента, что является важным элементом взаимоотношений в ходе личных продаж. Перечень документов применительно к конкретному туристическому продукту зависит от множества факторов: набора услуг, вида тура, индивидуального или группового тура, наличие малолетних детей и т.д.

7. Организация расчетов с клиентами. Оплата туристического продукта может осуществляться в форме полной оплаты или по частям. После полной оплаты клиенту выдаются документы на право получения туристических услуг.

8. *Организация обратной связи с клиентом.* Наиболее распространенным методом является прямой маркетинг. Обратная связь предполагает установление контакта с клиентом после предоставления услуги с целью получения исчерпывающей информации о степени удовлетворенности потребителя туристическим продуктом, уточнения запросов и пожеланий клиентов для дальнейшего совершенства качества оказываемых услуг.

Наиболее значимой составляющей, определяющей результативность продаж, является качество взаимоотношений торгового персонала туристической фирмы с клиентами, определяемое, прежде всего, качественным составом торговых агентов. Основными критериями отбора торгового персонала становятся: торговая активность, напористость и энергичность, энтузиазм, настойчивость, инициативность, самоуважение, дисциплинированность, обязательность в выполнении своей работы, независимость, внутренняя самомотивация, внимательность, порядочность, честность, умение слушать. Формируя качественный состав персонала туристические фирмы переходят к более осознанной системе его отбора, предоставлению соответствующих программ подготовки, в том числе обучение методам проведения эффективных презентаций туристического продукта.

Программы подготовки направлены на освоение персоналом всего комплекса деловой информации о сфере туристического бизнеса:

- законодательных актов и нормативных документов в сфере туризма;
- правил оформления соответствующих документов;
- информации о туристической фирме, истории создания, стратегических направлениях деятельности, основных осуществляемых проектах;
- позиционировании предложении туристической фирмы;
- особенностях отдельных туристических продуктов, их конкурентных преимуществах;
- организуемых мероприятиях по продвижению туристических продуктов;

- применяемых методов стимулирования продаж и т.д.

Важным моментом является освоение техники проведения деловых переговоров и бесед.

Повышению эффективности личных продаж способствует применение разнообразных мер стимулирующего характера, призванных ускорить или усилить ответную реакцию клиента на убеждение персонала туристической фирмы приобрести туристический продукт. Стимулирование сбыта предполагает проведение краткосрочных поощрительных мер, которые способствуют ускорению продажи. Данные мероприятия целесообразно проводить в определенные календарные сроки – периоды активной или сезонных спадов продажи туристических продуктов, периоды совпадающие с проведением различных мероприятий туристической направленности (выставок, ярмарок, презентаций, юбилейных мероприятий и т.д.).

Средства стимулирования призваны обеспечить реализацию следующих задач:

- привлечение внимания потребителей к туристическому продукту и туристической фирме;
- поощрение более интенсивного потребления туристических услуг;
- ускорение процесса продажи туристического продукта;
- устранение сезонных колебаний продаж на туристическом рынке;
- увеличение объема продаж туристического продукта;
- создание и поддержание имиджа туристической фирмы;

Внедрение программы стимулирования продаж предусматривает:

1. установление целей стимулирования;
2. установление основных объектов стимулирования (потребители, посредники, деловые партнеры, сотрудники туристической фирмы);
3. определение средств стимулирования и интенсивности проводимых мероприятий;

4. установление времени выхода на рынок программы стимулирования и ее продолжительности;
5. составление программы действий по информированию заинтересованных сторон о планируемых мерах стимулирующего характера;
6. реализация программы стимулирования;
7. мониторинг результатов;
8. оценка эффективности программы стимулирования;
9. разработка мероприятий по усовершенствованию программы стимулирования продаж.

Стимулирование сбыта туристического продукта может проводиться в следующих направлениях:

1. стимулирование потребителей и клиентов, целью которого является поощрение более интенсивного потребления услуг, побуждение туристов к приобретению туристических продуктов, которыми они ранее не пользовались, ускорение принятия решения потребителями о покупке, поощрение постоянных клиентов, снижение временных колебаний спроса, привлечение новых клиентов;
2. стимулирование торговых посредников (турагентов), целью которого является поощрение работы деловых партнеров, направленное на увеличение сбыта туристических продуктов;
3. стимулирование персонала туристической фирмы, целью которого является повышение качества обслуживания, обеспечение роста профессионального мастерства и заинтересованности в личном развитии, усиление ответственности и результативности работы сотрудников.

Основными инструментами *стимулирования потребителей* и клиентов в сфере туризма являются:

1. предоставление скидок, являющихся наиболее распространенным методом стимулирования продаж. При этом скидки дифференцируют следующим образом: с объявленных цен (в условиях предварительного заказа

туристического продукта), скидки, предоставляемые в условиях сезонных продаж, скидки для отдельных категорий покупателей (пенсионеров, студентов, детей и т.д.), групповые скидки, скидки постоянным клиентам;

2. предоставление купонов, дающих право на скидку при покупке туристического продукта. Наиболее распространены купоны в виде рекламных обращений, размещаемых в газетах и журналах. Популяризацию приобретает рассылка купонов постоянным и потенциальным клиентам, предоставление их деловым партнерам, сотрудникам банков, вручение отдельным лицам, в чьей поддержке заинтересована туристическая фирма в ходе проводимых общественных мероприятий в сфере туризма;

3. предоставление дополнительного обслуживания, в качестве которого может выступать несколько бесплатных дней (1–3 дня) или бесплатных услуг (пользование теннисным кортом, рыбалка, охота, экскурсия и пр.) в случае, когда клиент приобретает тур максимальной продолжительности или с полным пакетом услуг;

4. предоставление зачетных талонов на приобретение со скидкой других товаров и услуг (аренда спортивного инвентаря, автомобилей и т.д.);

5. предоставление рекламных фирменных сувениров (дорожных сумок, шариковых ручек, зажигалок, маек, кепок и т.п.) клиентам, совершающим поездку по организуемому фирмой туру;

6. предоставление ценных подарков именинникам в период тура (цветы, фрукты, сувенирная продукция и т.д.);

7. оказание особого внимания в обслуживании постоянных клиентов туристической (размещение в более престижных номерах в гостинице, в более уютных местах в ресторане), предоставление более дорогих сувениров, а также путем направления поздравлений по случаю праздников и торжественных дат;

8. торжественное чествование юбилейных (1, 10, 100–тысячных) клиентов, предоставление им льгот, вручение ценных подарков, размещение по этому поводу сообщений в различных средствах массовой информации;

9. проведение конкурсов, игр, лотерей, викторин с вручением победителям ценных подарков, бесплатных туристических продуктов.

Стимулирование торговых посредников может осуществляться по направлениям:

1. установление прогрессивного комиссионного вознаграждения с учетом предусмотренной шкалы продажи туристического продукта;
2. предоставление скидок с объявленных цен на групповые поездки в случае увеличения объема продаж, особенно в несезонный период;
3. вручение представителям турагентств представительских подарков – сувениров;
4. проведение торговых конкурсов;
5. распространение каталогов среди потенциальных партнеров;
6. предоставление бесплатного обслуживания работникам турагента, сопровождающим в поездке туристические группы;
7. проведение туристских бирж, на которых продажа туров производится на льготных условиях (право «первой руки», преимущественное право, скидки с объявленных цен и др.);
8. организация совместной рекламы;
9. предоставление премий за реализацию отдельных туристических продуктов, пользующихся недостаточным спросом;
10. организация ознакомительных рекламно-информационных поездок работников туристских фирм на бесплатной основе или с предоставлением им больших скидок (до 70%) с объявленных цен.

Стимулирование сотрудников туристической фирмы может осуществляться по направлениям:

1. предоставление скидок при приобретении туристического продукта фирмы;

2. направление лучших сотрудников (обеспечивающих наиболее высокий удельный вес продаж) на обучение, стажировку, участие в семинарах, тренингах;
3. предоставление денежных премий и ценных подарков за достигнутые результаты;
4. чествование лучших сотрудников по итогам месяца, года, размещение по этому поводу плакатов с личными фотографиями в офисе, вручение им ценных подарков и пр.;
5. предоставление дополнительных дней отпуска;
6. проведение конкурсов профессионального мастерства.

Продвижение туристического продукта охватывает различные методы и средства продвижения, применение которых определяется спецификой работы туристической фирмы, маркетинговой ориентацией на конечных потребителей, действующей системой менеджмента, уровнем компетентности и профессионализма сотрудников, их заинтересованностью в конечном результате своей работы. Продвижение туристического продукта состоит из сочетания циклических работ, связанных с разработкой и реализацией каждого конкретного тура.

Литература

1. Schertler, W. Tourismus als Informationsgeschäft: Strategische Bedeutung neuer Informations–Kommunikationstechnologien im Tourismus / W. Schertler – Wien. – 1994.
2. Pepels, W. Kommunikations–Management / W. Pepels. – Stuttgart. – 1996.
3. Tourismus–Marketing–Management / H. Dettmer [und andere]; von H. Dettmer. – Munchen; Wien : Oldenbourg, 1999. – 663 с.
4. Организация туризма: Учебное пособие / А.П. Дурович [и др.]. – Минск : Новое знание, 2003. – 632 с.
5. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта / Е.Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика. – 2008. – 176 с.