

Министерство образования Республики Беларусь

**Учреждение образования “Витебский государственный университет
имени П.М. Машерова”**

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Учебно-методические материалы
для специальности

1-23 01 12-04 “Музейное дело и охрана историко-культурного наследия
(культурное наследие и туризм)”

Витебск
2012

Введение

Курс «Экологический туризм» входит в систему теоретико-методологической подготовки специалистов музейно-туристской отрасли. Полученные в процессе изучения курса знания помогут студентам глубже овладеть основами профессионального мастерства, будут способствовать выработке навыков самостоятельной работы, адекватной оценке научных фактов и концепций.

Студенты овладеют знаниями о предпосылках зарождения и истории развития экотуризма, маркетинговом профиле экотуриста, составляющих туроперейтинга в экотуризме, менеджменте человеческих ресурсов в экотуризме.

Студенты ознакомятся с основными достижениями и перспективами развития экотуризма в Республике Беларусь. В этом заключается важнейшая воспитательная задача курса – прививать студентам идеи и убеждения, которые отображают сущность белорусской государственности, формировать личность гражданина-патриота.

Программа курса построена с учётом государственного стандарта высшего образования и учебного плана исторического факультета учреждения образования «Витебский государственный университет им. П.М.Машерова».

Выбор тем семинарских занятий осуществляется на основе данной программы. Основной формой работы студентов являются доклады по важнейшим проблемам курса и их обсуждение. Завершает работу по изучению курса зачёт, до которого допускаются студенты, прослушавшие курс лекций и успешно работавшие на семинарских занятиях.

Содержание курса

Введение

Предмет «Экологического туризма». Цель и задачи курса. Структура курса. Связь предмета с другими дисциплинами музейной специальности. Место «Экологического туризма» в системе профессиональной подготовки работника музейно-туристской отрасли.

Понятие об экологическом туризме

Дефиниции термина “экотуризм”. Основные принципы экотуристской деятельности.

Предпосылки зарождения и история развития экотуризма. Формирование концепции устойчивого развития.

Международные конференции и семинары по экотуризму. Международная экологическая конференция в Рио-де-Жанейро (1992). Квебекская декларация по экотуризму (2002).

Виды экотуризма и эко-туров. Научный туризм. Туры истории природы. Приключенческий туризм. Путешествия в природные резерваты.

Туроперейтинг и менеджмент в экотуризме

Понятие и составляющие туроперейтинга. Проектирование экотуров.

Изучение рекреационных потребностей экотуристов. Маркетинговый профиль экотуриста. Информационный контакт с потребителями.

Организация размещения экотуристов. Организация питания туристов в экологических и приключенческих турах. Выполнение программы обслуживания. Оказание дополнительных услуг. Безопасность в экотуризме.

Развитие экологического туризма в Беларуси

Особо охраняемые природные территории как центры природоохранного дела и развития экотуризма в Беларуси.

Развитие этнографического направления в экологическом туризме Беларуси. Памятники народной архитектуры, этнографические и историко-краеведческие музеи. Фольклорно-этнографические маршруты.

Развитие агро- экотуризма в Беларуси. Возможности использования зарубежного опыта. Факторы, сдерживающие развитие агро- экотуризма в Беларуси. Перспективы развития агро- экотуризма в Беларуси.

Тематический план курса «Экологический туризм»

№ п/п	Название темы	Лекции	Семинарские занятия
1.	Введение	2	–
2.	Понятие об экологическом туризме	2	2
3.	Туроперейтинг и менеджмент в экотуризме	6	2
4.	Развитие экологического туризма в Беларуси	6	6
		16	10

Литература по курсу «Экологический туризм»

Основная:

1. Гецевич, Н.А. Основы экскурсоведения / Н.А.Гецевич. – Мн., 1988.
2. Жулевич, В.Е. Организация туризма / В.Е.Жулевич, А.С.Копанёв. – Мн., 2001.
3. Заповедники Прибалтики и Белорусии. М.: Мысль, 1989.
4. Збор помнікаў гісторыі і культуры Беларусі. Т. 1-6. – Мн., 1984-1987.
5. Локошко, А.И. Историко-культурные регионы Беларуси / А.И.Локошко. - Мн., 2002.

6. Рэспубліка Беларусь. Вобласці і раёны. – Мн., 2004.
7. Савина Н.В., Горбылёва З.М. Экскурсоведение. – Мн., 2004.
8. Тарасенок, А.И. Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси: Учеб.-метод. пособие / А.И.Тарасенок. - Мн.: ЕГУ, 2003.
9. Храбовченко, В.В. Экологический туризм: Учеб.-метод. пособие / В.В.Храбовченко. - М.: Финансы и статистика, 2003.

Дополнительная:

1. Александров, Ю. Экскурсионная работа и краеведение / Ю.Александров. – М., 1985.
2. Антипов, В. Парки Белоруссии / В.Антипов. – Мн, 1975.
3. Ефременко, Е. Туризм в БССР / Е.Ефременко. – Мн., 1981.
4. Кудинов, Б. Из истории развития туризма / Б.Кудинов. – М., 1986.
5. Мазоўка, В. Ахоўныя прыродныя тэрыторыі і помнікі культуры Беларусі / В. Мазоўка. – Мн., 1985.
6. Памятники природы Белорусии. – Мн., 1986.
7. Пасечный, П. Туризм и экскурсии / П.Пасечный. – М., 1983.

Модуль 1.

Понятие об экологическом туризме

Лекционные материалы

1. Дефиниции термина “экотуризм”.
2. Предпосылки зарождения и история развития экотуризма.

1. Несмотря на большое количество опубликованных за последние годы научных работ, до сих пор не существует единого универсального определения понятия «экологический туризм».

На данный момент отечественные и зарубежные специалисты никак не могут сойтись во мнениях по поводу концептуального определения экотуристской деятельности. Приведем ряд важнейших определений экотуризма, наиболее часто используемых в научной и учебной практике.

Итак, экотуризм – это:

1. Путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает мягкое воздействие на окружающую среду.

2. Совокупность форм туризма, при которых делается сознательная попытка свести к минимуму негативное воздействие на окружающую среду, оказать помощь в финансировании охраняемых природных территорий, создать источники дохода для местного населения.

3. Целенаправленные путешествия в природные территории с целью более глубокого понимания местной культуры и природной среды, которые не нарушают целостности экосистем, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей.

4. Туризм, совместимый с экологическими и социальными требованиями, ответственный перед природой, способствующий ее защите, повышающий культуру путешественников, выполняющий просветительскую функцию, бережно относящийся к традиционным культурам и местным сообществам.

5. Посещение уникальных природных территорий, мало затронутых хозяйственной деятельностью, сохранивших традиционный уклад жизни местного населения, повышение уровня экологической культуры всех участников туристского процесса и повышение жизненного уровня местного населения, соблюдение природоохранных норм и технологий при реализации экологических туров и программ.

6. Устойчивая форма природного туризма, преимущественно направленного на получение опыта и изучение природы, оказывающего минимальное воздействие на окружающую среду, не являющегося потребительским и ориентированного на местное население.

Проанализировав приведенные дефиниции понятия «экотуризм», сделаем некоторые выводы, которые можно определить как основные принципы экотуристской деятельности:

- Экотуризм стимулирует и удовлетворяет желание общаться с природой путем целенаправленных путешествий в нетронутые или малоизмененные природные территории, представленные во всем мире, как правило, национальными и природными парками, заповедниками, заказниками, памятниками природы и прочими категориями резерватов.

- Экотуризм отличается относительно слабым негативным влиянием на природную среду и поэтому его иногда называют «мягким туризмом». Именно по этой причине он стал практически единственным видом использования природных ресурсов в пределах особо охраняемых природных территорий.

- Экотуристская деятельность предотвращает негативное воздействие на природу и культуру и побуждает туроператоров и туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию территорий.

- Экотуризм это туризм, сочетающий отдых, развлечение и экологическое образование для путешественников и подразумевающий наличие определенных, довольно жестких правил поведения, соблюдение которых является принципиальным условием успешного развития самой отрасли.

- Развитие экотуризма должно быть выгодным местному населению и не должно противоречить его интересам и социально-экономическому развитию; следовательно, предполагает, что местные сообщества не только работают в качестве обслуживающего персонала, но и продолжают жить на охраняемой территории, вести прежний уклад жизни, заниматься традиционными видами хозяйствования, которые обеспечивают щадящий режим природопользования.

- Экотуризм понимается как составная часть индустрии туризма, производящая и продающая свой турпродукт и получающая от этого прибыль, или как туристская деятельность на природе, приносящая прибыль для сохранения природной среды, а также для улучшения жизненного уровня местного населения.

- Основными целями экотуризма являются: экологическое образование, повышение культуры взаимоотношений человека с природой, выработка этических норм поведения в природной среде, воспитание чувства личной ответственности за судьбу природы и ее отдельных элементов, а также восстановление духовных и физических сил человека, обеспечение полноценного отдыха в условиях естественной природной среды.

Соблюдение перечисленных выше принципов будет служить залогом успешного развития этого весьма перспективного направления туристской деятельности.

Для более глубокого понимания сущности анализируемого понятия приведем 10 заповедей экотуриста, сформулированных специалистами Международной Организации Экотуризма (TIES):

- 1) помнить об уязвимости Земли;
- 2) оставлять только следы, уносить только фотографии, убивать только время;
- 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.

2. Среди основных предпосылок зарождения экотуризма 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.

Негативные аспекты влияния массового туризма на окружающую среду и туристские ресурсы были отмечены еще в конце 1960-х – 1970-е годы.

Действительно, к этому времени накопилось множество примеров негативных последствий чрезмерного и нерегулируемого развития туризма. В качестве самых впечатляющих и широко известных можно привести факт деградации природы ряда крупнейших национальных парков США, долины Гейзеров на Камчатке, рекреационных территорий в Альпах, скопление гор мусора на Эвересте в Непале и Тропе Инков в Южной Америке. В Польше в 1973 – 1983 гг. по причине чрезмерной антропогенной нагрузки протяженность туристских водных маршрутов по рекам и озерам сократилась на 40%, а морских – на 70%.

Первые шаги к реализации идеи устойчивого развития были сделаны созданием в апреле 1968 года Римского клуба, объединившим более 30 ведущих и авторитетных ученых и социологов, которые начали разрабатывать концепцию устойчивого развития.

Концепция устойчивого развития обсуждалась на Первой конференции ООН по окружающей среде и развитию в Стокгольме (1972 г.), а в 1987 г. был опубликован доклад ООН «Наше общее будущее».

В начале 80-х гг. XX века в прессе начали появляться первые научные исследования, посвященные изучению негативных воздействий избыточных

туристских потоков на рекреационные территории. Неудивительно, что родиной этих публикаций была Европа – плотно заселенная, промышленно развитая, лидирующая в развитии туризма часть планеты.

В 1980 г. в западногерманском журнале «ГЕО» была опубликована статья Р. Юнка «Сколько туристов на один гектар пляжа? Слово в защиту «мягкого» туризма». В 1981 г. вышла книга Х. Вайса «Мирное разрушение ландшафта и меры по его спасению в Швейцарии». Разработка этого направления привела к возникновению понятий «мягкий туризм», «зеленый туризм», включавших в себя рекомендации по сознательному, экологически грамотному использованию природных территорий в рекреационных целях.

Середина 80-х гг. XX в. охарактеризовалась активизацией деятельности по созданию новых охраняемых природных территорий, разработкой рекомендаций по организации туристской деятельности на этих территориях, законодательному обеспечению охраны окружающей среды.

В 1990 г. экологическому туризму Всемирной туристской организацией был присвоен официальный статус, с присвоением которого он приобрел право на созыв “Ежегодного международного Конгресса по экотуризму” и создание собственных некоммерческих организаций.

По мере актуализации проблем возрастало и количество публикаций, конференций и совещаний, посвященных рациональному использованию природных и культурно-исторических туристских ресурсов.

В 1992 г. в Рио-де-Жанейро прошла конференция ООН, которая приняла “Повестку дня на 21 век для индустрии туризма и путешествий”.

Документ призывает использовать в развитии туризма принципы так называемого “устойчивого развития”:

- путешествия и туризм должны помочь людям в достижении гармонии с природой;
- путешествия и туризм должны внести свой вклад в сохранение, защиту и восстановление экосистем;
- проблемы развития туризма должны решаться с участием 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 местных жителей;
- развитие туризма должно обеспечивать и поддерживать культуру и интересы местных народов.

Важным шагом в эволюции экологического туризма явилось провозглашение 2002 года Организацией Объединенных Наций Международным годом экотуризма, в связи с чем 19 – 22 мая 2002 г. под эгидой Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) и Всемирной туристской организации в Квебеке (Канада) состоялся Всемирный саммит по экотуризму, в котором приняли участие 132 страны мира. Здесь была

принята Квебекская декларация по экотуризму, которая содержит рекомендации по развитию экотуризма в разных странах.

На саммите было признано, что «экотуризм строится на принципах устойчивого туризма с учетом ее воздействий на экономическую, социальную и природную среду». Кроме того, Квебекская декларация выделила следующие специфические принципы, которые отличают экотуризм от более широкой концепции устойчивого туризма:

- активное содействие сохранению природного и культурного наследия;
- привлечение местных и коренных сообществ к планированию, развитию и осуществлению экотуристской деятельности, которая способствует повышению их благосостояния;
- разъяснение туристам значения природного и культурного наследия посещаемых турцентров;
- направленность на индивидуальных путешественников и организованные туристские группы небольшого размера.

Значительным событием для дальнейшего развития экотуризма стала Всемирная конференция по экотуризму, которая проводилась в Осло (Норвегия) в 2007 г.

На конференции были определены конкретные практические действия для увеличения вклада экотуризма в сохранение и устойчивое развитие территорий путем:

- признания ценности роли экотуризма в местном устойчивом развитии международными агентствами, правительствами и всеми имеющими отношение к экотуризму организациями;
- максимального увеличения потенциала развитых предприятий экотуризма как главной экономической силы для сохранения всех видов природного и культурного наследия;
- поддержки жизнеспособности экотуристических предприятий и деятельности через эффективный маркетинг, обучение и тренинги.

В настоящее время всемирное сообщество экотуризма существенно выросло и продолжает свой рост, что дает основания говорить о серьезных шагах в укреплении позиций экотуризма на мировом рынке индустрии путешествий.

Вопросы к семинарскому занятию

1. Виды экотуризма.
2. Маркетинговый профиль экотуриста.
3. Факторы и прогнозы развития экотуризма.

Методические рекомендации для студента

При подготовке к **первому вопросу семинара** целесообразно использовать следующий материал.

Виды экотуризма и эко-туров.

1. Научный туризм.

В ходе научных экотуров туристы участвуют в различного рода исследованиях природы, ведут полевые наблюдения. Например, широко известны экотуры, связанные с наблюдением за поведением птиц в Латинской Америке, подсчетом численности популяций китов в Тихом океане. Как правило, туристскими дестинациями в таких турах выступают особо охраняемые природные территории: заповедники, заказники, национальные парки, памятники природы. К научному туризму относятся и зарубежные научно-исследовательские экспедиции, а также полевые практики студентов, обучающихся на естественно-научных факультетах университетов.

2. Туры истории природы.

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. 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. Приключенческий туризм.

Данный вид объединяет все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющие своей целью получение новых ощущений, впечатлений, улучшение туристом физической формы и достижение спортивных результатов. Сюда относятся такие виды туризма, как альпинизм, скалолазание, ледолазание, спелеотуризм, горный и пешеходный туризм, водный, лыжный и горнолыжный туризм, каньонинг, конный туризм, маунтбайк, дайвинг, парапланеризм и т.д.

Приключенческий туризм часто называют “тяжелым экотуризмом” в связи с тем, что жажда туристов к приключениям здесь превалирует над мотивами охраны природы.

Туроператоры сегодня предлагают следующие виды приключенческих туров:

- путешествия в отдаленные регионы планеты с активными перемещениями;
- краткосрочные недорогие туры в особо охраняемые природные территории с передвижениями на велосипедах или пешком;
- пешеходное путешествие, поход без переноски багажа (вещи туриста несет специальный носильщик или их перевозят транспортом) по специальным экологическим тропам;
- путешествие, предполагающее значительные физические нагрузки продолжительностью около одной недели, включающее рафтинг (сплав по

водотокам), каньонинг, спелеологию, скалолазание, рыбную ловлю, джипинг.

- путешествие на специально переоборудованных для жилья грузовых автомобилях повышенной проходимости. Как правило, тур организуется в страны с теплым климатом (Африка, Южная Америка, Юго-Восточная Азия), и туристы посещают за одну поездку несколько стран.

4. Путешествия в природные резерваты.

Уникальность 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 превращают экологические экскурсии в настоящее шоу. Примером может служить Йеллостоунский 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”.

При подготовке ко **второму вопросу семинара** целесообразно использовать следующий материал.

Как известно, определение маркетингового профиля потребителя туруслуг позволяет выделить характерные психологические, поведенческие и мотивационные аспекты выбора тура. Это дает возможность четко определить маркетинговую стратегию турфирмы по пяти составляющим: продукт, цена, место, продвижение, связи с общественностью.

Исследование маркетингового профиля международного экотуриста осуществлялось целым рядом консалтинговых фирм по заказу Международного общества экотуризма. В результате были получены следующие данные, характеризующие экотуриста:

- возраст - 35-54 года, хотя имеются различные отклонения от среднего показателя;

- половая структура потребителей - 50% женщины и 50% мужчины;

- образование – преимущественно высшее;

- 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 за тур в среднем 1-1,5 тыс. долл. США, т.е. больше, чем обычные туристы;

- наличие элементов уникальности тура - дикая природа; изучение живой природы; пешие прогулки; изучение культуры, истории местных жителей.

Дальнейшие исследования позволили выделить три наиболее важных элемента экотура, определяющих выбор клиента:

- 1) уникальность района будущего путешествия;
- 2) наличие и профессионализм гидов;
- 3) возможность активного отдыха (прогулки, пешие и конные переходы, занятия спортивным туризмом и т.д.).

Любопытно, что рекреационные потребности экотуристов меняются особенно быстро: только 45% проводят следующее путешествие, как и предыдущее. Остальные стремятся к поиску нового, в том числе и приключений. Поэтому туроператоры должны чутко реагировать на опыт клиентов, разрабатывая новые туры и предлагая отлаженные программы для новичков.

Что касается выбора средств размещения, то 40% экотуристов предпочитают останавливаться в деревнях; 27% - в палаточных лагерях; 33% – в отелях.

При подготовке к **третьему вопросу семинара** целесообразно использовать следующий материал.

Анализируя динамику международных путешествий, прогнозы международных туристских организаций, мнения отечественных экспертов, можно выделить следующие тенденции в развитии современного международного туризма в целом и экотуризма в частности.

Согласно прогнозу ВТО к 2020 г. количество международных туристских посещений возрастет до 1,6 млрд единиц. В 2000 г. было 702 млн международных посещений, в 2010 г. – 1,018 млрд, в 2020 г. ожидается 1,6 млрд посещений. Это в 3 раза выше, чем в 1996 г. (592 млн посещений). Конечно, не стоит рассматривать указанные цифры как окончательные, но даже в сложившихся условиях можно говорить о более чем благоприятном прогнозе развития отрасли.

С развитием туризма появится новый турист. Это означает, что традиционный вид семейного туризма с проведением отпуска каждый год где-нибудь на море постепенно уступит место новым видам, а именно экотуризму, приключенческому и познавательному туризму. Мода на пассивный отдых пройдет, начнется переориентация туристских потоков. Высокие темпы роста будут характерны для поездок в горы, а также для путешествий с элементами приключений и риска.

Многие авторы прогнозируют рост спроса на туруслуги в группе туристов пенсионного возраста. Наличие свободного времени, материальный достаток, психологическая и социальная гедонизация – все это позволяет с оптимизмом смотреть в будущее.

В видовой структуре международного туризма прогнозируется рост продолжительных путешествий с 24% в 1995 г. до 32% в 2020 г. При этом каждое третье будет связано с другим регионом мира.

В информационном релизе Международного Совета по туризму и путешествиям подчеркивается, что к 2020 г. туризм внесет значительный вклад в развитие национальных и региональных экономик, создаст более 100

млн новых рабочих мест. Отмечается, что экотуризм станет самым действенным инструментом устойчивого развития и экономического роста отсталых районах мира.

Методические рекомендации для преподавателя

При проведении семинара в рамках данного модуля целесообразно:

1. Провести фронтальную беседу. Для этого 5-6 студентам нужно подготовить по одному вопросу. К примеру: «Назовите основные виды экологических туров». За правильный ответ студент получает 1 балл, за неправильный ответ или за отсутствие ответа - 0 баллов.

2. Провести письменную работу по следующим вопросам:

- научный туризм и его черты;
- туры истории природы и их особенности;
- приключенческий туризм и его разновидности;
- путешествия в природные резерваты и их особенности.

Академическую группу при выполнении проверочной работы целесообразно разделить на четыре варианта.

3. Заслушать устные ответы студентов по второму и третьему вопросам семинара. Студенты вызываются к доске либо по их собственному желанию, либо по требованию преподавателя. Их ответ оценивается от 1 до 10 баллов. Ноль ставится в случае отказа от ответа. Студенты имеют право задавать выступающему вопросы, дополнять его ответ. За каждый вопрос и дополнение к общему числу баллов добавляется по 1 баллу.

4. Подвести итоги семинара, озвучить то количество баллов, которое за модуль получил студент.

Модуль 2.

Туроперейтинг и менеджмент в экотуризме

Лекционные материалы

1. Понятие и составляющие туроперейтинга.
2. Проектирование экотуров.
3. Работа гида с гостями.
4. Менеджмент качества туристского обслуживания.
5. Изучение рекреационных потребностей экотуриста.
6. Информационный контакт с гостями.

1. Формирование массовых туристских потоков и усложнение туристского обслуживания потребовало развития специфического бизнеса – туроперейтинга – разработки туристских программ.

Туроператор занимается комплектацией тура на основе договорных взаимоотношений с поставщиками услуг и в соответствии с имеющимся туристским спросом. Он разрабатывает туристские маршруты, составляет программу обслуживания туристов, организует комплекс мероприятий по продвижению и продаже туров.

Туроператор в большинстве случаев выступает как оптовый покупатель услуг по размещению, транспортному обслуживанию, питанию, рекреационной деятельности и т.д. В результате он имеет групповые тарифы на указанные услуги, которые гораздо ниже индивидуальных, розничных тарифов. Таким образом, туристы могут получить значительную выгоду, приобретая тур у туроператора, а не занимаясь самостоятельным туроперейтингом.

Туроператоры по виду деятельности подразделяются на операторов массового рынка и специализированных операторов. Операторы массового рынка продают туры, включающие перелет чартерным рейсом в наиболее посещаемые места.

Специализированные туроператоры могут быть:

- туроператорами по виду туризма (например, горнолыжного или водного и др.);
- туроператорами по направлению (например, по Швейцарии или Австрии и т.д.);
- туроператорами по сегменту рынка (например, студенты или семейные пары с детьми и т.д.);
- туроператорами по специальным средствам размещения (например, в общежитиях или палаточных городках и т.д.);
- туроператорами по транспорту (например, круизы или туристские поезда и др.).

По месту деятельности туроператоры делятся на:

- местных (внутренних) туроператоров, которые разрабатывают туры по своей стране, региону для продажи их на внутреннем рынке;
- выездных туроператоров, которые организуют поездки за рубеж для туристов из своей страны;
- туроператоров на приеме, обслуживающих прибывающих иностранных туристов.

2. Туристско-экскурсионное обслуживание и в частности проектирование туристских услуг должно осуществляться в соответствии с запросами туристов.

Требования к проектируемой туристской услуге делятся на обязательные и рекомендуемые. К обязательным относятся требования безопасности жизни и здоровья туристов, сохранности их имущества и охрана окружающей среды.

Рекомендуемые требования – это соответствие назначению, точность и своевременность исполнения, комплексность, этичность обслуживания, комфортность, эстетичность, эргономичность. 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, к примеру, 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. Это означает, что транспорт, как и еда, должны подаваться вовремя и соответствовать классу обслуживания, гостиница должна 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 агороусадебке обязательно должны включать приготовление пищи (кухня, газ, плита), транспортные услуги.

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 пейзажами и интересными объектами экскурсионного показа.

Эргономичность.

Предоставляемое туристам снаряжение, оборудование должно соответствовать возможностям последних при его эксплуатации. Нет необходимости вручать туристам радиостанции, если они не умеют ими пользоваться. В то же самое время обувь, одежда, коврики и спальные мешки, рюкзаки должны быть адекватны размерам обуви и одежды туристов, их физической конституции.

Проектная документация должна основываться на маркетинговом исследовании туристского рынка и спроса, определении и описании технологий обслуживания экотуристов, требованиях безопасности.

Структура маркетингового исследования туристского спроса следующая:

1. Введение, где определяются критерии сегментирования потребителей будущих туристских услуг.

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

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

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

5. 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.).

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.

Рассмотрим 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).

Этапы проектирования экотуров рассмотрим на основе горного приключенческого туризма. В основе материала лежит опыт немецких фирм по развитию экотуризма в Альпах.

На первом этапе необходимо оценить природные ресурсы развития экотуризма на избранной территории. Технологический аспект такой оценки позволит выделить наиболее перспективные виды туристской деятельности в различные сезоны. Например, устойчивый снежный покров в сочетании с рельефом дает возможность развивать зимой горнолыжные туры. А летом на ледниках и скалах возможно скало- и ледолазание. Высокая степень

биоразнообразие – основа развития туров истории природы, наблюдения за птицами, животными.

Итог этого этапа – составление карты-схемы районов экотуристской деятельности и маршрутов. После этого производится физиологическая оценка природных ресурсов. Определяются опасные и неблагоприятные погодные явления, степень их повторяемости. Здесь же разрабатывается программа высотной акклиматизации туристов и строится высотный профиль маршрутов. Отдельный момент – формирование списка необходимого для путешествия группового и индивидуального снаряжения.

Следующий этап включает разработку требований к физической подготовке туристов. В случае с турами истории природы достаточно простого допуска врача к путешествию в горы и способности преодолевать пешком 8-12 км в день. Экстремальные виды приключенческого туризма предъявляют более серьезные требования к физической, технической и моральной подготовке участников.

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 высоты, мест для отдыха. Здесь же надо продумать вопрос о транспорте для туристских перевозок по маршруту, выбрать приемлемую схему страхования туристов и их имущества.

И наконец последний этап – выбор гида-проводника. 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.

Во многих европейских странах горные гиды-проводники объединены в специальные ассоциации. Для получения сертификата гида необходимо закончить учебные курсы, школу гидов и сдать государственный экзамен (тест) на знание иностранных языков, флоры и фауны района, климата, геологии, продемонстрировать навыки доврачебной и первой медицинской помощи, техники преодоления различных форм горного рельефа, педагогики.

3. Обслуживание группы гидом начинается задолго до того, как он встретится со своими туристами. Прежде всего на основе информации, полученной из листа бронирования, ему необходимо проанализировать половозрастную структуру группы, национальность и семейное положение

туристов. Это позволит определиться с физическими возможностями гостей, их менталитетом, культурными и кулинарными предпочтениями. Вполне вероятно, что дни рождения некоторых туристов приходится на сроки путешествия (за рубежом часто приключенческие туры дарят на юбилеи). Поздравления турфирмы и небольшой подарок оставят добрую память и хорошую славу о фирме. То же касается и небольших сувениров на память о путешествии: значков, кепок, футболок с символикой фирмы и горного района. За рубежом также принято вручать сертификаты об участии туриста в экспедиции, восхождении, природоохранной программе.

Встречая группу в аэропорту прибытия, необходимо согласовать программу с водителем автобуса. Следует приготовить табличку с названием туроператора на английском языке и ждать прибытия гостей. После прохождения ими туристских формальностей необходимо собрать всю группу, представиться, поздравить с прибытием и поблагодарить за выбор фирмы. Затем проверить присутствующих по списку и помочь им в получении багажа.

В автобусе прежде всего необходимо напомнить основные правила безопасности поведения туристов в стране. В зависимости от степени усталости группы от перелета можно совместить трансферт с автобусной экскурсией. Для иностранной группы достаточно заготовить кассету с информацией о стране, регионе путешествия на языке страны, откуда прибыли туристы. После ее прослушивания гид ответит на возникшие вопросы.

Во время остановок и посещений магазинов можно предложить свою помощь в выборе покупки и при расчете, так как продавцы, зачастую умышленно ошибаются, давая сдачу иностранцам. Следует предупредить группу о времени, отводимом на покупки.

По прибытии в отель один из сопровождающих занимается размещением гостей, другой – их багажом и расчетом с водителем автобуса. Гид должен знать, где и с кем живут туристы, также как и туристы должны знать, где в любой момент можно найти гида. Необходимо также показать гостям, где находятся бар, дискотека, ресторан и т.д.

В день прибытия после ужина принято организовывать “вечер знакомств” группы с гидами. Стоит расспросить туристов об их опыте, попросить рассказать о себе. Затем обговорить программу тура и более подробно программу предстоящего дня. Стоит дать советы относительно одежды, обуви и подбору снаряжения. Особенно сконцентрировать внимание на времени и месте сбора группы утром.

Как правило, рабочий день гида длится с 6.00 до 23.00. Он ведет группу на маршруте, контролирует поведение каждого туриста, организует питание и отдых, рассказывает о природе, истории, культуре района, спрашивает местных жителей и встречные группы о маршруте, прогнозирует изменения погоды и выполняет еще множество других операций.

Профессия гида – это тяжелая, утомительная и ответственная работа, но вместе с тем очень интересная, важная, нужная, так как дает возможность людям (туристам) не только отдохнуть, восстановить силы, но и расширить кругозор, получить массу интересных знаний, навыков, а порой и преодолеть внутренние страхи и барьеры, психологический дискомфорт.

4. Деятельность туроператоров в области экологического и приключенческого туризма подлежит сертификации. Таким образом, любое государство контролирует соблюдение минимальных условий качественного обслуживания (соответствующей подготовки персонала, наличия необходимого оборудования, соблюдения фирмой требований туристского законодательства и т.д.).

В зарубежных экотуристских фирмах качество понимают как соответствие уровня обслуживания ожиданиям туристов. Исполнение этих ожиданий предполагает следующее: четкое знание того, что ожидают потребители; осведомленность персонала турфирмы о требуемых руководством стандартах качества и о роли самих работников в их поддержании.

Поскольку туристское обслуживание, гостеприимство предполагает прежде всего человеческое общение между туристами и персоналом, то зачастую качество обслуживания зависит от профессиональной подготовки и моральных качеств работников. Техническая оснащённость ресторанов, отелей и турфирм зачастую идентична. Поэтому в современных условиях конкуренции постоянное профессиональное развитие персонала становится единственным условием успеха. Образно говоря, персонал должен искренне верить в то, что только «диктатура качества» способна вывести фирму в лидеры турбизнеса.

При выборе поставщиков туристских услуг (отелей, ресторанов, перевозчиков и др.) также важно учитывать их отношение к качеству обслуживания. Недожаренный и остывший шашлык может стать причиной претензий туристов к туроператору, гиду, хотя последний практически не имеет отношения к причине конфликта. Особое внимание следует обратить на содержание номерного фонда гостиниц. Гостиница как минимум должна иметь сертификат соответствия. Зачастую выгоднее обратиться в небольшую, но новую и комфортабельную частную гостиницу, нежели в большой отель, построенный более 20 лет назад.

Существенное отличие экотуризма от других видов туризма в том, что гид и сопровождающий группы выполняют роль наставников туристов в деле охраны природы. Таким образом, они могут объяснить, что традиционное поведение гостей, ставящих на первый план свой комфорт, в экотурах неприемлемо. Здесь необходимо пожертвовать комфортом в пользу охраны природы. Опытные экотуристы легко соглашаются на «полевые» условия жизни и ограничения в комфорте.

Серьёзная компания должна предоставлять своим клиентам список ограничений комфорта до того, как они приедут. Это позволит заложить

основы соответствующего и ожидаемого компанией культурного и экологического поведения гостей, а также предупредить ложные представления о комфорте среди новичков.

Качество обслуживания в экотуризме также подразумевает качество обучения основам охраны и познания природы и культуры местного населения. Однако необходимо помнить, что, поучая экотуристов, мы имеем дело не с детьми, а со взрослыми людьми, имеющими собственную точку зрения. Поэтому обычные методы обучения (лекция, монолог и т.д.) и наставничество здесь неприемлемы. Необходимо отталкиваться от собственного опыта экотуристов, ненавязчиво приводя яркие примеры из жизни.

Например, в фирме «Niagara Nature Tours» разработали программу обучения экотуристов, которая, совмещает теоретическое обучение и практическое взаимодействие туристов:

- наем рассказчиков, музыкантов, местных артистов и ремесленников для демонстрации традиционных ремесел;
- использование специально разработанных ламинированных карточек с информацией, картинками, диаграммами для усиления впечатления от того, что будет показано клиентам в полевых условиях (например, изображения природных ископаемых или маленьких, практически невидимых, представителей дикой природы);
- использование записи голосов животных, птиц в качестве фона;
- наем местных сокольничих, имеющих лицензии, для показа хищных птиц, с которыми позволяют делать фото, что очень привлекает туристов.

Все это усиливает взаимодействие между обучаемым и преподавателем. В конце демонстрации туристам выдаются рекламные листки, буклеты, брошюры различных региональных органов охраны окружающей среды, чтобы закрепить полученные знания.

Гиды следующим образом трактуют свои принципы работы со взрослыми экотуристами: «Пожалуйста, обращайтесь особое внимание на предлагаемую информацию. Хотя мы и влюблены в свое дело, но стараемся не читать лекции группам, а вместо этого объясняем на примерах из нашей жизни различные ситуации. Например, мы показываем слайды во время экскурсии на винный завод, включающие картинки с образцами сортов винограда, пород и почв. Затем ведем в дегустационный зал и даем попробовать различные вина. После этого мы объясняем влияние геологии на выращивание того или иного сорта винограда, показывая примеры прямо на виноградниках, и затем объясняем, как вина, которые они пробуют, различаются по вкусу в зависимости от того, где был выращен виноград. Этот метод позволяет людям использовать все свои чувства, весь свой опыт».

На качество обслуживания большое влияние оказывает количественное соотношение гидов и туристов в группе. Практика показывает, что это зависит от трудностей маршрута и сложности проводимых экскурсий: в приключенческом туризме – 1:1 (1 гид – 1 турист),

но в среднем 1:5; в турах истории природы и научном туризме – от 1:10 до 1:20; для путешествий в природных резерватах (национальных парках, заповедниках) - 1:8.

Таким образом, качество обучения и качество туристского обслуживания в экотуризме находятся в прямой зависимости.

5. Когда в анкетах туристов спрашивают о том, к чему они испытывают неприязнь, составители вопросов часто имеют в виду факторы, находящиеся вне контроля туроператора, такие, как погода, цены и другие «мелочи», к которым относятся напряжение электросети, телеаппаратура, весенние паводки и т. д.

И здесь необходимо напомнить, что по результатам проводившихся в туризме и гостеприимстве исследований, расходы на удержание постоянных клиентов составляют 20% от привлечения новых.

Когда же спрашивают, что нравится покупателям больше всего, операторы приводят длинный и разнообразный список вариантов ответа. Одни утверждают, что это была качественная программа обслуживания и красивая природа; другие – штат сотрудников, еда, снаряжение, удобства, внимание к деталям. Опытные операторы знают, что хотят их гости и что им нравится, и оправдывают свою репутацию, стараясь превзойти все ожидания.

Вот лишь некоторые результаты исследования предпочтений туристов крупными туроператорами Европы и Америки:

1. «Они любят такт, которому персонал прекрасно обучен, профессионализм, отличное знание экологии и самые уникальные туры, которые только можно найти».

2. «Снаряжение первого класса, которое прошло проверку. Наша еда превосходна. Клиенты ценят то, что мы выполняем свои обещания. Им также нравится наше обязательство охранять экосистемы».

3. «Малые группы».

4. «Клиентам нравятся наши маленькие, уютные домики и дружелюбное обслуживание».

5. «Клиентов привлекает тот факт, что они могут получать опыт на практике».

6. «Современные, хорошо оборудованные удобные судна; разнообразные занятия (кроме наблюдения за китами возможность самим потрогать китовый ус); иллюстрирующие наш рассказ «немаловажные детали» (копченый лосось, глинтвейн и бинокли)».

7. «Внимание к деталям: сувениры, которые важны в экотуризме, уникальное размещение, красота ландшафта, мастерство обучения и понятные презентации, полный пакет услуг».

8. «Необычность предлагаемого продукта, а также ни с чем не сравнимое чувство командного духа, характерное для ограниченного числа посетителей, ощущение себя особенным клиентом».

6. Образцовые туроператоры уяснили для себя, что удовлетворение нужд гостя – ключ к успеху в бизнесе. Для этого необходимо четко оговорить пожелания клиента и возможности турфирмы.

Это можно сделать за счет издания брошюр, которые вручаются посетителям, где указываются: длительность и программа тура, необходимая экипировка, детали питания, проживание и т.д. Приложением к данной брошюре может служить памятка с рекомендациями о том, что следует взять с собой в путешествие. В целом столь подробное информирование о туре еще до начала поездки представляется очень полезным.

Подготовленные видеоматериалы и литература должны быть реалистичны и правдиво показывать турпродукт. Материал должен включать:

- возможные виды активного отдыха;
- предоставляемые услуги по обучению;
- уникальные картины природных ресурсов данного региона;
- уровень развития инфраструктуры региона;
- размер группы, вместимость средств размещения;
- рекомендации по предотвращению нанесения вреда природе и местному населению (правила поведения).

Например, в «Voyageur Quest» туристам предлагают брошюру, в которой рассказывается о компании, записывается каждый день тура, даются ответы на наиболее часто задаваемые туристами вопросы, различные советы. Также экотурист получает регистрационные формы, содержащие вопросы о физическом соответствии клиента, аллергических реакциях, особенностях питания, специальных запросах и список рекомендуемой литературы для изучения региона путешествия.

Хотя такой подход и может показаться слишком скрупулезным, но он позволяет клиенту получить максимум информации. В «Sawyer Lake Adventures» не только выпустили подобную брошюру, но и раздают клиентам специальные анкеты, содержащие вопросы об ожиданиях гостей от предстоящего тура, что позволяет лучше спроектировать программу с учетом индивидуальных пожеланий клиентов.

В «Fresh Tracks» за 70 дней до даты отправления всем клиентам рассылают подробные данные о предстоящем туре и рекомендации, связанные с ним, а за 3-5 дней до даты вылета обзванивают клиентов. «Мы хотим снабдить клиентов массой информации и сделать их путешествие легче. Часто мы предоставляем им транспорт, хотя это не было оговорено в контракте, чтобы приятно их удивить» - считают на фирме.

В «Smoothwater Outfitters» клиенты получают полный пакет со всей необходимой информацией о туре: список рекомендуемой одежды и специального оборудования, страховые формы, путеводители и карты и т.д. От туристов требуется представить медицинские справки, предупредить о наличии аллергии и особенностях питания. Они участвуют в подготовительных собраниях с инструкторами (гидами), где получают рекомендации по сбору багажа.

В «Nahanni River Adventures» создали большой web-сайт, содержащий более 200 страниц, большая часть которого посвящена предварительной подготовке и содержит ссылки на соответствующую литературу.

Не менее важно поддерживать контакт с туристами и после путешествия. Убедить клиента обратиться снова – вот к чему следует стремиться большинству компаний, а для этого необходимо не только качественно его обслужить, но и постоянно поддерживать контакт с ним после окончания тура.

В «Timberline Tours» посылают своим туристам рождественские открытки и фотографии в качестве дружественного напоминания о путешествии, в «Sawyer Lake Adventures» поддерживают контакт обычно посредством необычных подарков, например посылая перья большой белой совы, если эта птица вызвала интерес туристов во время тура. В горном клубе «Экстрим» после окончания тура гиды обмениваются с туристами фотографиями и консультируют клиентов по будущим маршрутам.

В «Bathurst Inlet Lodge», ведя более 30 лет переписку с туристами, добились 25-30% повторного обращения клиентов, уяснив при этом для себя, что нужно гостям.

Умение работать с жалобами гостей также является существенным. Здесь важно продемонстрировать искреннюю, а не формальную заботу.

В «M&W Guides» рассматривают все жалобы клиентов, отвечают на них в письменной форме и проверяют, доволен ли клиент результатом.

В «Boreal Wilderness Guides» сначала стараются разрешить проблему, изложенную в жалобе, демонстрируя усердие. Потом предлагают туры с 50%-ой скидкой, последовательно снижая первоначальную стоимость.

А что касается благодарностей, то, например, в «Inside Out» благодарят клиентов по телефону за письма с положительными откликами и просят разрешения использовать цитаты из них в рекламных целях.

Необходимо побуждать клиентов к любым видам обратной связи: дискуссии, книги отзывов, постоянные встречи менеджеров и обслуживающего персонала, обратная связь через агентов, пресс-релизы, различные исследования, ответы на письма и звонки клиентов.

В этой связи интересен опыт «Voyageur Quest», где от гостей получают десятки писем и фотографий. Все письма висят на стенах офиса, а фотографии содержатся в специальном альбоме. В конце года проводится конкурс фотографий. Победителя ждет бесплатная путевка на срок до 4 дней.

Вопросы к семинарскому занятию

1. Организация размещения экотуристов.
2. Организация питания экотуристов.
3. Выполнение программы обслуживания.

Методические рекомендации для студента

При подготовке к **первому вопросу семинара** целесообразно использовать следующий материал.

Всемирная туристская организация определяет средство размещения как любой объект, который регулярно или эпизодически предоставляет туристам места для ночевки. Средства размещения делятся на коллективные и индивидуальные.

Коллективные средства размещения: гостиницы, тематические отели, турбазы, дома охотника и рыбака, туристские приюты, туристские кемпинги, палаточные лагеря и др.

Индивидуальные средства размещения: собственные жилища (дачи, дома), арендуемые комнаты в семейных домах, арендуемые жилища у частных лиц или агентств, автофургоны, палатки.

Гостиницы – основной классический тип размещения обычных туристов, но не в случае с экотуристами. Экотуристы обычно размещаются в тематических отелях.

Отличие тематических отелей – в архитектуре здания, наборе дополнительных услуг. Например, туристы, путешествующие по Нидерландам, могут почувствовать седую старину в Лелистаде, скоротав время в сельском дворе бронзового века, а в Ансене провести ночь в торфяных хижинах. В Ирландии некоторые отели расположены в старинных замках, а в заполярной Швеции, в городке Юккасьярви, ежегодно возводится гостиничный комплекс из льда и снега «Арктик Холл» с рестораном, часовней, кинотеатром и выставочным залом.

В месте впадения р. Риу-Негру в р. Амазонку расположен отель «Арау Джангл Тауэр». Его деревянные башни с номерами расположены на огромных деревьях. Самая высокая башня – «Влюбленный Тарзан», поднята над землей на 60 м. Такое расположение гостиницы объясняется бережным отношением строителей, архитекторов, а самое главное – туристов к природе р. Амазонки. При строительстве не было срублено ни одного дерева. Кроме того, в период дождей пространство под башнями заполняется водой на 15-20 м.

Специализированные средства размещения отличаются от гостиниц минимальным набором предоставляемых обязательных и дополнительных услуг, небольшим комфортом номеров и коттеджей, а также обслуживанием преимущественно определенных категорий туристов (рыбаков, охотников, альпинистов, «водных» туристов, исследователей природы и культуры местного населения и т.д.).

Перечень предоставляемых услуг напрямую связан с нуждами указанных лип. Для альпинистов – описания горных маршрутов и прокат снаряжения, для рыбаков и охотников – приспособления для разделывания добычи, содержания охотничьих собак, покупки патронов, ремонта снастей и т.д.

Туристские базы (турбазы) – предприятия гостиничного типа, предоставляющие группам туристов ночлег, питание и обеспечивающие их туристско-экскурсионным, культурно-бытовым и физкультурно-оздоровительным обслуживанием. Для турбаз характерно, в отличие от гостиницы, размещение в нескольких зданиях, а также наличие сезонных жилых помещений. Средняя вместимость туристских баз колеблется от 200 до 1500 чел.

Альпинистский лагерь (альплагерь) – спортивная база, предназначенная для обучения альпинистов и совершенствования их мастерства. В настоящее время они ориентированы и на обслуживание обычных туристов-индивидуалов, детских туристских групп, спортсменов (борцов, легкоатлетов и т.д.), проходящих подготовку в условиях среднегорья. Как правило, в альплагере имеются летние домики, капитальные сооружения (административный и жилой корпуса), методические и врачебные кабинеты, пункт проката альпинистского и горнолыжного снаряжения, спасательный отряд, место для палаточного лагеря. В нем предусмотрено размещение и питание туристов, их культурно-массовое и бытовое обслуживание, выполнение альпинистами учебно-тренировочных и спортивных планов.

Еще один вид специальных средств размещения, – это горные хижины и приюты. Как правило, они строятся и принадлежат различным туристским, альпинистским клубам, федерациям, иногда государству или спасательным службам и предназначены для краткосрочного пребывания восходителей перед и после восхождения, переживания непогоды. Часто оборудованы комнатами для ночлега, кухней, туалетом, имеют радиосвязь. Строятся в местах наиболее популярных среди горных туристов и альпинистов.

Стоянка – место размещения туристской группы для ночлега, отдыха. В приключенческом туризме различают несколько видов стоянок – бивак, ночевки, базовый и промежуточный лагеря.

На стоянках, как правило, используются палатки и спальные мешки, отводятся места для туалета, приготовления пищи. Основное требование к выбору места стоянки – безопасность туристов, комфортность отдыха (наличие воды, в лесной зоне – дров, ровная площадка под палатки, укрытие от ветра).

Бивак – место размещения туристской группы на маршруте для ночлега или отдыха. Зимой в высокогорье бивак иногда организуют путем сооружения снежных пещер, хижин, ям. Во время сложных ственных восхождений там, где обычную палатку поставить невозможно (нет горизонтальных площадок), используют специальные подвесные палатки на платформах.

Термин «промежуточный лагерь» весьма близок по своему смыслу к термину «бивак». Он используется преимущественно в высотных (свыше 6000 м над уровнем моря) походах и восхождениях. Его отличие от бивака в том, что туристы, альпинисты оставляют здесь поставленные палатки (или вырытые снежные пещеры), в которых хранится снаряжение, продукты и

возвращаются сюда снова. Как правило, промежуточный лагерь ликвидируется после восхождения или во время возвращения группы с маршрута.

Ночевки – известное и часто используемое место размещения альпинистских групп под горой, на которую планируется восхождение.

Базовый лагерь – многократно и длительно используемый, организуемый всеми участниками группы, бивак, с которого туристы (альпинисты) отправляются на учебные и тренировочные занятия, маршруты и восхождения. Этот вид стоянок используется преимущественно в спортивных и научных экспедициях, на альпиниадах, при организации учебно-тренировочных сборов туристов и альпинистов. Здесь находятся необходимые для путешествия продукты, снаряжение, радиостанция, баня, спасательный отряд, имеется оборудованный туалет, мусорная яма. Нередкость здесь и большие палатки для организации кухни, работающей на баллонном газе, наличие столовой (кают-компании), медпункта. Этот вид бивака организуется для значительного количества людей на срок 10 дней и более, поэтому здесь необходимо принять все меры безопасности и защиты окружающей среды.

При подготовке ко **второму вопросу семинара** целесообразно использовать следующий материал.

Организация питания в приключенческом и экологическом туризме складывается из:

- 1) определения энергетических затрат туристов и расчета калорийности питания;
- 2) определения вкусовых предпочтений туристов;
- 3) разработки режима питания;
- 4) разработки типового меню;
- 5) расчета необходимого количества продуктов (раскладки);
- 6) расчета необходимого количества кухонного снаряжения (кухонная посуда, топливо и печи, емкости для отходов, моющие средства), столового белья и посуды.

Следует помнить, что качественное питание – залог не только качества обслуживания в целом, но и безопасности туристов. Например, характерное для активного передвижения по пересеченной местности обильное потоотделение приводит к потере микроэлементов с потом. В ледниковой воде, которую пьют туристы из горных рек, практически отсутствуют микроэлементы, поэтому организм испытывает недостаток кальция, который, в свою очередь, ведет к истончению костей, эмали зубов и т.д. Поэтому при значительных нагрузках (например, спуске по горному склону, тропе) риск перелома ног возрастает многократно.

При определении энергетических затрат туристов и расчета калорийности питания необходимо руководствоваться рекомендациями диетологов.

Прежде всего нужно отметить, что чувства голода и сытости, которыми руководствуются многие в обычных условиях питания в городе, - некорректные индикаторы потребности в питании в горах, особенно на фоне усталости. К примеру, на больших высотах потеря аппетита - обычное явление. Более того, научно установлено, что чувство жажды турист начинает испытывать в момент, когда дефицит воды в организме уже достиг 2 л.

Экспериментальным путём установлено, что горовосходителю весом 80 кг, работающему на маршруте 10 ч в день, необходимо 4800 ккал в день только для покрытия энергетических потерь. Для сравнения: энергетическая потребность менеджера, занятого умственным трудом, - не более 2200 ккал в день. Очевидно, что в условиях обычного режима и рациона питания покрыть эту потребность невозможно. Более того, усвояемость отдельных макроэлементов (белков, углеводов, жиров) во время разового приема пищи также не беспредельна. Вот почему после тяжелого восхождения, перехода для восстановления энергозатрат необходимо от 24 до 36 ч. День отдыха между восхождениями и усиленное питание с большим количеством белков необходимы в любом случае, даже если туристы не устали.

После определения количества необходимой туристам энергии можно перейти к определению ее источников. Среди макроэлементов питания наибольшее значение имеют следующие (в порядке уменьшения значимости).

Углеводы – наиболее важный источник энергии в путешествии. Организм получает энергию из углеводов в 3 раза быстрее и с меньшими затратами кислорода, чем жиров. Более половины рациона туриста должно состоять из углеводов. Их необходимо потреблять каждые 2 ч для стабилизации формы (уровня глюкозы в крови), самочувствия. При этом углеводы должны быть в легкоусвояемой форме, чтобы не перегружать желудок. Наилучшие источники углеводов – сухофрукты, сахар, шоколад, бисквиты.

Жиры – также важный компонент питания, однако менее ценный, в качестве источника энергии по причине больших затрат времени и калорий на усвоение. Кроме того, для получения энергии из жиров организм тратит много воды. Количество же калорий, получаемых с жирами, не должно превышать 30-35% дневного рациона. Поэтому нет особой необходимости принимать их целенаправленно - большая часть продуктов и блюд содержит жиры. Источники жиров - грудинка, колбаса и другие копчености.

Белок – очень важен для поддержания и улучшения физической формы. Необходимо обратить внимание на сбалансированное сочетание растительных и животных белков. К сожалению, вегетарианский рацион не покрывает потребности организма в незаменимых аминокислотах. Поэтому выход можно найти в дополнительном их приеме в таблетированном виде. Количество калорий, получаемых с белками, не должно превышать 10-20%. Источники белков - мясо, яйца, молоко, сыр, некоторые овощи, орехи и др.

Витамины регулируют деятельность систем организма и защищают его. Они поступают вместе со свежей пищей. Однако витаминная поддержка в виде мультивитаминных комплексов абсолютно необходима в период несбалансированного питания, витаминного дефицита, при приеме пищи с низким их содержанием (консервированные продукты), в период экспедиций продолжительностью свыше недели.

Вода выполняет многие важные функции в организме, в том числе регуляцию сердечной деятельности. Тяжелая работа на холоде и в высокогорье вызывает потерю более 2 л воды в час. Вода выделяется также при мочеиспускании, потоотделении, дыхании, но особенно во время диареи (потери составляют более 8 л в день), а также при «горной болезни». Потери воды должны своевременно возмещаться, иначе турист подвергается риску заболевания сердечными расстройствами, такими, как тромбофлебит, сердечная недостаточность. Поэтому гид должен настаивать на том, чтобы в рюкзаках туристов на маршруте всегда был термос с жидкостью для питья (чай, витаминные напитки и т.д.).

Клетчатка полезна для желудка и пищеварения, особенно в период перестройки организма на новый для него режим питания в путешествии. Однако ее не рекомендуют в высокогорных путешествиях, так как она ведет к усилению газообразования и развитию высотного метеоризма.

Вкусовые добавки (соусы - майонез, кетчуп, горчица, хрен и т.д., приправы - хмели-сунели, майоран, перец и т.д., а также чеснок и лук) усиливают аппетит, что очень важно в период его временной потери при акклиматизации. А некоторые овощи (перец, чеснок, лук) являются прекрасным профилактическим средством против многих болезней. Кроме того, чеснок тормозит развитие болезнетворных микроорганизмов и способствует уменьшению газообразования. Необходимо помнить, что предпочтения в пище очень часто меняются в условиях высоты и по мере приобретения опыта путешествий.

Наиболее правильным режимом питания в путешествии, является четырехразовое питание с интервалами между приемом пищи 4-5 ч. Очевидно, что в условиях путешествия по дикой природе нелегко придерживаться такого режима, поэтому горячее питание организуется 2-3 раза в день, а остальные приемы пищи проводятся на больших привалах. Для этого перед выходом на дневной маршрут туристам раздают ланч-пакеты, включающие продукты, богатые углеводами (шоколад, конфеты, энергетические батончики, сухофрукты и т.д.), и наполняют индивидуальные термосы туристов чаем, кофе, кипяченой водой и т.д.

Типовое меню составляется в начале туристского сезона, с учетом программы туристского обслуживания каждой группы, на недельный срок с разбивкой по дням. В случае продолжительности путешествия более 7 дней типовое меню повторяется.

В первые дни путешествия желательно придерживаться трехразового горячего питания с двумя «перекусами» во время дневных переходов. Это помогает организму акклиматизироваться и адаптироваться к новым

условиям питания. В это же время исключается прием блюд национальной кухни, особенно для иностранных туристов.

Завтрак, с одной стороны, должен быть высококалорийным, чтобы создать энергетический запас для работы (большую часть нагрузки туристы испытывают в дообеденный период), с другой - очень немногие могут обильно завтракать. На завтрак должно приходиться 30% калорийности дневного рациона. Он должен быть богат легкоусвояемыми углеводами (сахар, печенье, мед, мюсли, сухофрукты и т.д.).

Обед должен восполнить дефицит энергетических затрат, образовавшийся в организме в результате несоответствия между интенсивностью работы на маршруте, требующей до 2500 ккал и более, и общей калорийностью питания. Он должен содержать до 30% общей суточной калорийности. На обед следует готовить блюда из продуктов, содержащих трудно усвояемые ингредиенты, например клетчатку.

Цель ужина – восполнить потраченные калории во время дневной работы и подготовить организм к движению на следующий день. С одной стороны, он должен содержать большое количество белков, чтобы восполнить неизбежный распад мышечной ткани в результате дефицита энергии, с другой - минимальное количество трудно усвояемых и возбуждающих нервную систему продуктов. Это особенно актуально для зимних путешествий с размещением в палатках - вскоре после ужина туристы ложатся спать и переполненный желудок давит на диафрагму, мешает нормальной деятельности сердца и легких. Сон в таких условиях становится неполноценным и не дает необходимого отдыха.

Большим подспорьем в работе повара, готовящего завтрак, являются автоклавы (скороварки). Завтрак можно приготовить с вечера, затем поставить автоклав в спальный мешок и с утра у туристов будет горячая пища. Это поможет им согреться на утреннем холоде, быстрее войти в режим работы, позволит увеличить число ходовых часов за счет ликвидации остановок для приготовления горячей пищи.

Перед составлением меню необходимо уточнить вкусовые пристрастия туристов. Например, гречневая каша очень популярна среди русских туристов и неприемлема для немецких туристов (в Германии гречневой крупой откармливают свиней). Необходимо иметь варианты специального меню для вегетарианцев, искусственный заменитель сахара для диабетиков и т.д.

Следует обратить внимание на использование в ланч-пакетах продуктов в индивидуальной расфасовке и заводской упаковке.

При подготовке к **третьему вопросу семинара** целесообразно использовать следующий материал.

Выполнение программы обслуживания во многом зависит от общей внутренней установки персонала на работу с гостями. Именно персонал, а не погодные условия ответствен за выполнение договора на туристское обслуживание.

Как правило, бездушное следование программе обслуживания, без учета физического и эмоционального состояния туристов приводит к неудовлетворенности последних.

Например, при организации восхождений иностранцев на высшую точку Кавказа - гору Эльбрус (5642 м) используют две типичные, но принципиально отличающиеся программы обслуживания.

Первая направлена на сокращение расходов на пребывание восходителей на высоте, так как расходы на проживание и питание в высотных приютах выше, чем в долине. Соответственно сокращается общая продолжительность пребывания на горе и программа акклиматизации. Восхождение совершается уже на третий день после прибытия на Эльбрус. При этом увеличивается количество обслуженных групп в сезон, что позволяет определить этот подход как экстенсивный. В договоре на обслуживание указывается, что туроператор не несет ответственности, если турист не смог совершить восхождение из-за слабой физической подготовки. Процент взойшедших в группах первой программы обслуживания не превышает 70%.

Вторая программа направлена на максимизацию количества взойшедших на вершину, хотя и здесь предупреждают об ответственности за слабую физическую подготовку. Программа акклиматизации продолжительная (не менее 5 дней) и включает день отдыха перед восхождением. В случаях, когда гости «сдают» перед вершиной, гид не отправляет их вниз самостоятельно, а разгружает рюкзаки, перекладывая их вещи в свой. Процент взойшедших, а следовательно, и удовлетворенных клиентов при данной программе обслуживания и работе гидов превышает 95%, что позволяет определить этот подход как интенсивный.

Поэтому совершенно справедливо мнение, что обслуживающий персонал во многом ответствен за качественное выполнение программы обслуживания и удовлетворение клиента.

Персональный подход всегда вызывает восторг у туристов. В «Clearwater Raft Tours» делятся опытом: «Наш тур во многом отличается от других: клиент не ожидает быть избалованным в туре по дикой природе. Мы показываем реку, водопады, наши клиенты лазают по скалам, посещают пещеры, про которые не знают даже местные жители. В конце тура каждый из клиентов получает сувенир как напоминание о путешествии».

Бесплатное включение в программу обслуживания дополнительных услуг и мероприятий, которые становятся для туристов сюрпризом, - еще один шаг к восторженным отзывам последних. Например, вечер знакомств в день прибытия туристов, экскурсия в день отдыха, помощь в шопинге, обмен сувенирами и памятными подарками и др.

Но в любом случае все туроператоры сходятся в одном: не обещайте клиентам того, чего не сможете сделать. В «Waldens Guiding and Outfitting» это комментируют так: «Мы никогда не обещаем невыполнимого. Когда люди хотят увидеть северное сияние, мы предупреждаем их, что им могут помешать погодные условия. Если они его увидели, то рады, а если нет, то

не разочарованы. А еще мы обеспечиваем их отличной едой и качественным оборудованием».

Таким образом, легко прийти к убеждению, что при выполнении программы обслуживания необходимо превосходить ожидания туристов, а не просто исполнять обещанное.

Например, руководитель фирмы «Niagara Nature Tours» говорит: «Я лично участвую во всех турах. Это позволяет оценить их качество, увидеть реакцию клиентов, оценить работу гидов. Мне кажется, что то, что я - владелица сама всем этим занимаюсь, дает клиенту чувство особенного внимания. Они видят серьезное к себе отношение. Мы создаем новые стандарты, а наши гиды - не просто гиды».

А вот мнение менеджера фирмы «Horizon Nature Adventure»: «В одном из туров, принимая одну известную адвокатскую контору, мы угощали их вином из бутылок, на которых были написаны их имена. Уже вечером на стенах комнат висели их фотографии, сделанные в этот же день. Мелочи всегда важны».

Любому гостю нравится, что к нему относятся с особым вниманием, учитывают его личные пожелания.

Например, в «Western Canadian River Adventures» клиентам предлагают следующее:

- изысканную пищу - с помощью голландских печей можно готовить еду такого качества, которое трудно ожидать, находясь в кемпинге (великолепные ребрышки, ягненок «Сувлаки», поджаренный бекон, свежая выпечка);
- сауны, каких раньше наши клиенты нигде не видели. Это дает им возможность исследовать местную культуру и поправлять здоровье;
- библиотеку, где гостям предоставляется специальная литература, знакомящая с местными достопримечательностями;
- музыку - гиды всегда берут с собой гитару.

Но наиболее впечатляюще выглядит выполнение программы обслуживания в «Mountain Quest»: «Мы стараемся обещать меньше, а делать больше. Маленький пример: в однодневном походе туристы ожидают обычно только завтрак, а мы предлагаем им огромные сэндвичи с большим количеством начинки, свежую выпечку, а потом гид, немного повозившись с походной печкой, готовит шоколадное фондю со свежими фруктами. В конце дня каждый клиент получает шоколадный набор с благодарственной карточкой. Другой пример - бутылка шампанского в подарок. В более длительных поездках гиду выдается по 30 долл. на каждого клиента, чтобы сделать подарки - сувенир, неожиданный обед в ресторане, прогулка на лодке - на его выбор».

Методические рекомендации для преподавателя

При проведении семинара в рамках данного модуля целесообразно:

1. Провести фронтальную беседу. Для этого 5-6 студентам нужно подготовить по одному вопросу. К примеру: «Назовите коллективные средства размещения экотуристов». За правильный ответ студент получает 1 балл, за неправильный ответ или за отсутствие ответа - 0 баллов.

2. Провести письменную работу по следующим вопросам:

- тематические отели;
- турбазы и альпинистские лагеря;
- горные хижины и приюты;
- стоянка и её виды.

Академическую группу при выполнении проверочной работы целесообразно разделить на четыре варианта.

3. Заслушать устные ответы студентов по второму и третьему вопросам семинара. Студенты вызываются к доске либо по их собственному желанию, либо по требованию преподавателя. Их ответ оценивается от 1 до 10 баллов. Ноль ставится в случае отказа от ответа. Студенты имеют право задавать выступающему вопросы, дополнять его ответ. За каждый вопрос и дополнение к общему числу баллов добавляется по 1 баллу.

4. Подвести итоги семинара, озвучить то количество баллов, которое за модуль получил студент.

Модуль 3.

Развитие экологического экотуризма в Беларуси

Лекционные материалы

1. Проблемы и перспективы развития экотуризма в Беларуси.
2. Особенности развития экотуризма в Витебской области.

1. Указ Президента Республики Беларусь № 372 от 2 июля 2006 года «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» призван содействовать развитию сельского туризма. Вместе с тем в данной отрасли ещё встречаются сложности юридического характера. Указ устанавливает, что физические лица, постоянно проживающие в сельской местности и ведущие личное подсобное хозяйство, а также крестьянские (фермерские) хозяйства вправе осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма. При этом такая деятельность не является предпринимательской.

Следует отметить, что подобный подход уже встречался ранее в белорусском праве, например в указе о ремесленной деятельности. Как и сельский туризм, ремесленная деятельность не признается предпринимательской. Однако если ремесленной деятельностью вправе заниматься только физические лица, то сельским туризмом – еще и юридические: крестьянские (фермерские) хозяйства, которые, как известно, являются коммерческими организациями.

Вот здесь-то и возникают некоторые вопросы. Как известно, целью деятельности коммерческих организаций является извлечение прибыли, то есть они создаются с целью осуществления предпринимательской деятельности. Налицо определенное противоречие. Но есть вопросы и другие. Например, непризнание агроэкотуризма предпринимательской деятельностью лишает туристов возможности защитить свои права средствами законодательства о защите прав потребителей. А возможности оно дает немалые. Здесь и освобождение от уплаты госпошлины, и помощь госорганов, а также общественных организаций потребителей.

Что же касается порядка осуществления деятельности в области агроэкотуризма, то он довольно простой. Деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма осуществляется физическими лицами без государственной регистрации в качестве индивидуальных предпринимателей, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами – при условии ведения раздельного учета доходов, получаемых от данного вида деятельности, и доходов, получаемых от реализации произведенной и переработанной сельхозпродукции, других видов хозяйственности, не запрещенных законодательством.

Субъекты агроэкотуризма могут осуществлять свою деятельность при наличии, во-первых, собственного жилого дома (части жилого дома), расположенного в сельской местности, отвечающего установленным санитарным и техническим требованиям и благоустроенного применительно к местным условиям, и, разумеется, свободных жилых комнат для размещения туристов. Кроме того, необходимо осуществлять деятельность по производству сельхозпродукции, основанную на личном трудовом участии и использовании земельного участка, предоставленного для этих целей.

Также необходимо наличие возможностей для ознакомления агроэкотуристов с природными и архитектурными объектами, национальными культурными традициями соответствующей местности.

Число жилых комнат для размещения агроэкотуристов не должно превышать пяти. При оказании услуг в сфере агроэкотуризма с использованием более пяти комнат эта деятельность признается предпринимательской, должна осуществляться с учетом требований законодательства и подлежит налогообложению в установленном порядке. До начала осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма необходимо уплатить сбор и письменно проинформировать соответствующий сельский Совет депутатов о намерении осуществлять такую деятельность. Физические лица – субъекты агроэкотуризма дополнительно обязаны подать в налоговый орган по месту жительства заявление о постановке на учет с представлением документа, подтверждающего уплату сбора.

Сбор уплачивается в размере одной базовой величины за календарный год, определяемой на момент его уплаты, и зачисляется в бюджеты соответствующих сельсоветов. Уплата сбора за последующий календарный

год производится не позднее 28-го числа последнего месяца текущего календарного года, в котором осуществляется деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма. Доходы плательщиков сбора от деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма не облагаются налогами, сборами и иными обязательными платежами.

Оказание субъектами агроэкотуризма услуг без уплаты сбора или без извещения соответствующего сельского Совета депутатов, а также без подачи заявления в налоговый орган о постановке на учет либо без заключения договора на оказание услуг в сфере агроэкотуризма или осуществление ими деятельности, наносящей ущерб окружающей среде и (или) историко-культурным объектам, запрещается. За нарушение этого запрета установлен штраф в размере от одной до десяти базовых величин.

Для того чтобы описать туризм в сельской местности, используется множество терминов: агротуризм, фермерский туризм, сельский туризм, экотуризм, мягкий туризм, альтернативный туризм. Они имеют разные значения в зависимости от контекста, автора, страны. Термин «сельский туризм», принятый Европейским союзом, относится ко всем видам туризма в сельской местности. Практически в любом определении сельского туризма используется понятие «сельская территория». Обобщив основные концепции европейских экспертов, можно выделить два основных критерия, по которым территория считается сельской:

1. Плотность населениями размер поселений. На местном уровне к сельским территориям относятся те, где плотность населения не превышает 150 чел/км². Однако всякое использование абсолютных выражений в контексте туризма делает этот показатель не универсальным.

2. Характер использования земли и экономика. К сельским территориям могут быть отнесены те, где экономика базируется на традиционных для сельского населения занятиях, местных производствах, на использовании природных ресурсов.

Сегодня потребителями услуг сельского туризма у нас в стране могут стать:

- иностранные туристы, уставшие от шума городов и ищущие экзотики, натуральности, естественности природы и окружения в Восточной Европе;
- «транзитники», следующие через территорию Беларуси;
- различные фирмы для проведения семинаров, учебы, совещаний и совместного отдыха работников;
- городские семьи с детьми, не желающие обременять себя содержанием дачи за городом и готовые заплатить за ее аренду в сезон;
- пожилые горожане, заинтересованные в уединении или в проведении отпуска с внуками;
- компании молодежи, другие возрастные группы, желающие провести выходные дни за городом;
- люди, увлеченные определенными видами спорта или хобби, и другие групп туристов.

При всей привлекательности идеи сельского туризма необходимо сказать, что ее реализация связана с большим количеством различных нормативных ограничений.

При организации дела предприниматель сталкивается с правовыми нормами общего характера. Как всякая экономическая деятельность, эта деятельность требует своего оформления, т.е. предприниматель или организация должны быть зарегистрированы в установленном законодательством порядке, а также должны иметь соответствующие лицензии. Вопросы найма-увольнения, организации работы персонала должны решаться в соответствии с трудовым законодательством. Кроме того, необходимо соблюдать нормы по охране труда, противопожарные требования, санитарные и экологические нормы, правила торговли. Предполагается согласование с районной администрацией изменений в архитектуре и плане застройки при переоборудовании или строительстве помещений для визитеров и ряд других, связанных с широким спектром услуг, предлагаемых сельским туризмом.

Следует сказать о пользе и о негативных последствиях сельского туризма.

Среди выгод можно назвать:

- рост доходов, как местного населения, так и района;
- возможности по сокращению безработицы, которая будет иметь место по мере углубления реформирования колхозов и совхозов. Бывшие специалисты и работники хозяйств, домохозяйки, сельская молодежь и пенсионеры вполне могут реализовать себя в данной сфере. Кстати, согласно мировой практике, 60% занятых в этом бизнесе – женщины;
- развитие малого предпринимательства на селе и вывод из тени ряда услуг, которые так или иначе уже имеют место;
- заботливое отношение к природе, развитие социальной сферы села: инфраструктуры и других услуг, повышающих привлекательность местности и стимулирующих спрос (дорог, транспортного сообщения, водоснабжения, торговли, уборки мусора и т.п., улучшение внешнего вида деревни и др.).

Там, где есть плюсы, есть и минусы. Это угроза природе, связанная с отдыхом туристов, беспокойство и шум, нарушающие размеренный сельский быт, некоторые другие неприятные вещи, связанные с пребыванием «чужих» на селе. Как видно из сказанного, идея сельского туризма достаточно привлекательна для сельских жителей и организаций в аграрной сфере Беларуси, но ее реализация во многом сдерживается проблемами, объективно существующими в реальной жизни.

Среди них следующие:

- существование большого количества норм и ограничений на деятельность с широким спектром составляющих, лицензирование на многие из которых (как, например, на гостиничную деятельность) создает серьезный барьер для малого предпринимательства, каким в своей основной массе должен стать сельский туризм;

- высокий уровень обобществления в аграрной сфере и малый удельный вес частного сектора, представленного в основном фермерами и личными подсобными хозяйствами, что не стимулирует предпринимательство «на свой страх и риск»;
- низкий уровень доходов белорусского сельского населения не позволяет произвести даже начальные инвестиции в любой бизнес, а низкий уровень доходов потенциальных отечественных потребителей в свою очередь сдерживает предпринимательские инициативы;
- отсутствие соответствующего имиджа Беларуси как туристической страны за рубежом также не стимулирует спрос на данный продукт среди иностранцев;
- неразвитость сельской инфраструктуры, сопутствующего сервиса, комфорта отпугивает часть клиентов;
- неразвитость рекламы, да и системы маркетинга в целом, делает невозможным получение информации возможными клиентами; нет опыта работы как у потенциальных производителей услуг, так и у государственных органов управления, осуществляющих сопровождение и регулирование сельского туризма;
- дефицит знаний у сельчан (в области ведения бизнеса, развития туризма, информационных технологий и др.) и, как следствие, дефицит положительного общественного мнения создает некоторое неприятие новых идей у соседей, сельской общественности в целом;
- отсутствие соответствующей системы поддержки этого нового бизнеса, подготовки кадров и консультирования, что, по сути, является сегодня основным и решающим.

Несмотря на все эти проблемы, помня об экономике и с оптимизмом глядя в будущее, можно сказать, что спрос диктует предложение, а спрос и рыночные ниши в этой сфере еще есть. Кем они будут заняты – вопрос расторопности и предпринимательской инициативы, изобретательности и умения. Хотелось бы, чтобы в условиях реформирования аграрного сектора Беларуси основными производителями услуг и получателями дохода стали сельские жители и организации, жизненно заинтересованные в том, чтобы их край сохранялся, хорошел и развивался.

2. На фоне постоянно растущего внимания к проблеме сохранения природной среды как необходимого условия сохранения самого человечества туризм приобретает все большее значение за счет своей изначальной направленности на «мягкое» отношение к природным ресурсам как альтернатива промышленному, сельскохозяйственному и другим «жестким» типам освоения территорий.

Благодаря туризму сохранение естественных ландшафтов, биоразнообразия территорий, традиционных занятий местного населения становится экономически целесообразным, что на сегодняшний день может оказаться решающим фактором в дальнейшей судьбе многих регионов.

Примером тому может стать Витебская область Беларуси.

В результате чернобыльской аварии из активного хозяйственного использования было изъято 23% территории на юго-востоке страны, и как следствие антропогенный пресс на северную, наименее пострадавшую часть республики, значительно усилился. В этой ситуации развитие здесь перспективных направлений туризма (экологического, сельского и т.д.) дает шанс сохранить уникальную природу региона без ущемления экономических интересов государства.

Рекреационные ресурсы области, к сожалению, удовлетворяют далеко не всем направлениям туристической деятельности. Витебская область, как и вся Беларусь, неоднократно становилась ареной разрушительных войн, что привело к уничтожению значительной части культурно-исторических ценностей в регионе. Витебская область не имеет выхода к морю. Кроме того, климатические условия здесь даже на фоне своей страны нельзя назвать идеальными для развития туризма. Все это не позволяет рассчитывать на традиционно ориентированных туристов, предпочитающих пляжно-купальный отдых, посещение историко-архитектурных памятников и т.д.

Однако перспективы развития экологического туризма в регионе исключительно благоприятны. Причем это касается как внутреннего, так и въездного туризма.

Можно назвать ряд факторов, определяющих высокий потенциал данного направления рекреационной деятельности в регионе:

- область отличается значительной площадью слабо затронутых хозяйственной деятельностью территорий по сравнению с другими регионами Европы в целом и по сравнению с другими регионами страны.
- в области концентрируется большая часть ценных и уникальных ландшафтов Беларуси, которые одновременно являются таковыми и на общеевропейском фоне.
- область обладает уникальным и для Европы и для страны сочетанием природных рекреационных ресурсов (обилие озер, густая речная сеть, значительная расчлененность рельефа, высокая лесистость и т.д.).
- выгодное географическое положение делает территорию области более доступной для европейских туристов по сравнению с обладающими аналогичным потенциалом российскими регионами.

Ресурсы, значимые для экологического туризма, подразделяют на оздоровительно-туристские, природоведческие и лечебные. Наиболее важными в развитии этого направления являются оздоровительно-туристские и природоведческие ресурсы. К оздоровительно-туристским ресурсам относят рельеф, климат, гидрографию, растительный и животный мир.

Оздоровительно-туристские и природоведческие ресурсы.

Витебский регион, который называют также Белорусским Поозерьем, привлекает природно-ориентированных туристов, прежде всего, обилием озерных ландшафтов. Здесь около 3000 озер с общей площадью более 950

кв. км. Часть водоемов соединены между собой протоками либо очень близко расположены друг к другу и образуют озерные системы (например, Браславская – 31 озеро, Ушачская – 60 озер). В таких районах озерность превышает 10%. Происхождение большинства озер связано с деятельностью ледника, однако по размерам, глубине, свойствам вод и другим параметрам, которые определяют рекреационную ценность, они очень разнообразны. Важнейшим показателем пригодности водоема для рекреационного использования является его чистота, степень антропогенного эвтрофирования. В области около 20% озер относят к чистым и 70% – к средним по степени антропогенной трансформации². Иными словами, большинство водоемов являются потенциальными объектами туристического освоения.

На сегодняшний день большинство рекреационных зон области тяготеет именно к озерам и озерным системам (Браславские, Ушачские, Лосвидо, Летцы и т.д.). Водоемы области используются для рыбной ловли, водных походов на безмоторных плавсредствах и, несмотря на невысокие курортно-климатические показатели, традиционного купально-пляжного отдыха. В некоторых водоемах произрастает ряд редких водных растений (например, водяной орех), что усиливает их привлекательность для экотуристов.

Для Витебской области характерна высокая густота речной сети (0,45 км/км²). В бассейне Западной Двины, который занимает 80,5 % территории области, она достигает 0,52 км/км². Долины большинства рек довольно глубокие и живописные. Все это наряду с высокой озерностью территории способствует развитию водного туризма, но низкие температуры воды в реках летом ограничивают возможности купально-пляжного отдыха на водотоках области.

Особенности рельефа области в значительной степени определяют эстетическую ценность ее ландшафтов, что зачастую является определяющим фактором при выборе места отдыха рекреантами, и, кроме того, являются важным природоохранительным ресурсом. Наиболее благоприятны для развития оздоровительного, спортивного, познавательного туризма возвышенные ландшафты. Ценные и уникальные в геоморфологическом плане ландшафты приурочены к Браславкой и Свенцянкой грядам, Витебской, Городокской, Ушачской возвышенностям и другим регионам, формирование которых связано с деятельностью четвертичного ледника. Для них характерны значительные перепады относительных высот, крутые склоны, высокая расчлененность рельефа, хорошая сохранность ледниковых форм (озов, камов, моренных гряд).

Особенностью возвышенных ландшафтов области является их сочетание с большим количеством озер (например, Браславская гряда, Ушачская возвышенность), а также чередование в их пределах открытых участков с лесными массивами. Все это еще больше усиливает их привлекательность для природно-ориентированного туризма.

Особой группой геоморфологических объектов, ценных с точки зрения экотуризма, являются памятники природы и заказники, объектами охраны которых являются уникальные геоморфологически ландшафты, отдельные формы рельефа, крупные ледниковые валуны (крупнейший из ледниковых валунов в Шумилинском р-не имеет длину 11 м).

Естественный растительный покров Белорусского Поозерья занимает 61,3 % территории региона. Наиболее привлекательный в рекреационном плане тип растительности – леса – занимает 31,9 % территории. 13,3 % площади занимают луга, 6,2 % – болота и 10,3 % – кустарники.

В структуре формации лесов области, территория которой относится к подзоне широколиственно-темнохвойных лесов южнотаежного типа, преобладают хвойные (59,6 %) – сосновые (38,7 %) и еловые (20,9 %) леса. Значительные по площади территории занимают мелколиственные леса (39,5 %), наиболее ценные из них в рекреационном отношении – березняки (24,2 %). Широколиственные леса встречаются в регионе лишь на площади 0,9 %. В основном это дубравы и ясенники.

Распределение лесов по территории области неравномерно. На низменных участках (Полоцкая, Лучосская, Суражская низина и др.) преобладают светлые сосновые леса. Лесистость достигает здесь 62 %. На возвышенностях состав лесов более разнообразен, а лесопокрытая площадь значительно меньше (15–40 %). Чередование лесных и открытых участков в сочетании со значительными для равнин перепадами относительных высот повышает эстетическую привлекательность таких ландшафтов для туристов.

Стоит отметить особое значение в развитии экологического туризма в области болотных массивов. Влияние человека здесь оказалось минимальным, и на сегодня это наиболее чистые ландшафты. Кроме того, болота рассматриваются как объект экстремального походного туризма. Разработаны пешеходные туристские маршруты по болотам Миорского и Рассонского районов 2-й категории сложности, что для равнинных территорий большая редкость.

Важным фактором, определяющим развитие любительско-промысловых рекреационных занятий на территории Витебщины, является также наличие значительных запасов растительных природных ресурсов – дико-растущих ягод и плодов (клюква, черника, брусника, голубика, малина, земляника, ежевика), грибов (подосиновик, белый гриб, подберезовик, моховик, лисичка, опенок, груздь и т.д.), лекарственных трав.

Животный мир области можно рассматривать как ресурс спортивно-охотничьего (охота и рыболовство) и познавательного (фотоохота, посещение вольеров, наблюдение за животными в их естественной среде обитания) туризма. Основными охотничье-промысловыми видами в области среди млекопитающих являются кабан, лось, косуля, олень, бобр, обыкновенная белка, ондатра, заяц-русак, заяц-беляк, волк, лисица, енотовидная собака, куница, лесной хорь, американская норка, крот. Их численность здесь наиболее высокая в республике и, главное, стабильна. На территорию области приходится 29,1% численности лося в стране, 22,5 % –

кабана, 43,1% – бобра, 32,1 % – куницы, 46,6 % – лесного хоряка. В лесах Витебщины обитают бурый медведь, летяга, соня, барсук, рысь, зубр, занесенные в Красную книгу и представляющие особый интерес для фотоохоты и природоохранного познавательного туризма.

Среди птиц области следует отметить тетерева и глухаря, численность и плотность которых в регионе самая высокая по республике (21 и 46,6 % соответственно). Широко распространены разрешенные к охоте водоплавающие – кряква, чирки, черныш, лысуха, утка. Велико количество редких для Европы и «краснокнижных» птиц – чернозобой гагары, скопы, орлана-белохоста, беркута, сапсана, белой куропатки и т.д.

В водоемах широко распространены щука, плотва, язь, красноперка, линь, карась, окунь, ерш, налим. Как туристско-промысловый ресурс интересны угорь, судак.

Климатические условия в Витебской области являются фактором, определяющим продолжительность сезонов активной туристической деятельности и время работы оздоровительных учреждений. Летний комфортный период на территории области со средними суточными температурами +15 – +20°C, к сожалению, невелик и является минимальным по сравнению с другими областями страны – от 58 дней на юге и юго-западе до 50 дней на северо-востоке. Кроме того, на летние месяцы приходится максимум осадков, а режим благоприятной погоды очень неустойчив.

Зимой условия для отдыха на территории области более благоприятны. Период зимних комфортных температур (около 50 дней) и длительность залегания устойчивого снежного покрова в регионе наибольшие по стране. Отрицательным фактором в зимний период является, как и летом, неустойчивость режима благоприятной погоды, частые оттепели.

Однако, как уже отмечалось, климатические условия не являются определяющими в развитии экологического туризма в области, что подтверждается примером Браславского национального парка и др. регионов, где роль природно-ориентированного туризма традиционно высока.

Природоохранительные ресурсы – совокупность природных объектов, которые могут использоваться для проведения экскурсий. К ним относятся уникальные природные ландшафты, геологические и гидрологические объекты, редкие и интересные представители флоры и фауны. Особую категорию образуют старинные парки, в которых произрастает более 300 видов деревьев. Для сравнения в естественных условиях по всей Беларуси всего около 30 видов древесных пород.

Большая часть объектов, относящихся к природоохранительным ресурсам, сконцентрированы в Березинском биосферном заповеднике, Браславском национальном парке, заказниках области, многие имеют статус памятников природы. Общая площадь охраняемых территорий области – 354,8 тыс. га, что составляет 8,7% общей площади региона.

Методические рекомендации для студента и преподавателя

На семинарских занятиях целесообразно организовать защиту проектов по разработанным творческими группами экологическим тропам. Академическую группу следует разделить на три части. Каждая подгруппа готовит собственный проект, а затем на семинарском занятии защищает его.

Студенты из числа других подгрупп задают вопросы отвечающим. В итоге каждый студент, в зависимости от своего вклада в работу группы, получает оценку за модуль – от одного балла до десяти.

Репозиторий ВГУ