

Перспективы в частно-государственном партнерстве

Экотуризм — это одно из основных направлений в работе заказников, национальных парков, заповедников. Но если крупные и популярные особо охраняемые природные территории (ООПТ), такие как Налибокская пуща или Березинский заповедник, ежегодно принимают тысячи туристов, то на многих менее известных уникальных экотерриториях количество гостей измеряется единицами. Вызван такой дисбаланс как объективными (удалённость, труднодоступность, отсутствие должной инфраструктуры), так и субъективными причинами. К последним относится маркетинговая работа, предусматривающая в том числе изучение положительного опыта коллег и внедрение его на своих территориях.

Современное развитие экотуризма на ООПТ строится на двух основных моделях: за счёт собственных ресурсов и в рамках частно-государственного партнёрства с привлечением коммерческих предприятий. Наиболее яркий пример последнего - агроусадьбы, работающие в кооперации с руководством особо охраняемых природных территорий. Но далеко не все ООПТ могут похвастаться, что у них есть такие комплексы. А когда ещё и собственная инфраструктура не богата, то ожидать большие турпотоки не приходится. Однако есть опыт, который показывает, что всё же привлечь туристов к имеющимся уникальным красотам возможно, даже когда условия для этого сильно ограничены. О том, как повысить востребованность малопосещаемых ООПТ и что для этого необходимо сделать, поделился руководитель одной из туркомпаний, которые специализируются на экотуризме, **Алексей РИМША**.

По данным на январь 2024 года, система ООПТ Беларуси насчитывает 1338 объектов. Сюда входят: заповедник, 4 национальных парка, 99 заказников республиканского значения, а также

заказники и памятники природы местного значения. Для любителей экотуризма выбор более чем богатый. Однако, как показывает практика, востребованы далеко не все.

- Постановлением Министерства спорта и туризма от 7 августа 2023 года № 36 определено, что «экологический туризм сочетает в себе отдых на природе с изучением объектов и явлений, помогает экологическому просвещению населения через познавательные обзорные и узкоспециализированные туры по городам, сельской местности и природным территориям». Трактовка довольно широкая. Но, насколько я знаю, Вы этот термин понимаете более узко.

- Действительно, называть любой выезд на природу экотуризмом - практика довольно распространённая. Мы же стараемся подходить более научно и исходя из этого строим концепцию работы. Экотуризм, на мой взгляд, это не только пребывание в интересной природной среде, но и обязательное углублённое знакомство с животным и растительным миром. В этом его ключевая особенность.

Восемь лет назад, после окончания вуза, мне довелось поработать гидом в Березинском заповеднике. Тогда я впервые обратил внимание на такую деталь: рассказываешь гостям вроде бы простые, чуть ли не общеизвестные факты из мира природы, с чем многие сталкиваются буквально каждый день, а их это искренне удивляет. В глазах появляется интерес, люди как бы выныривают из скорлупы ежедневных однообразных забот и начинают заново для себя открывать окружающий мир. В какой-то момент я понял, что хочу, чтобы как можно больше людей вновь увидели, услышали и узнали нашу удивительную природу. А поскольку заслуживающих внимания мест в Беларуси немало, решил создать фирму, которая предлагала бы экотуры по всей стране.

Наша целевая аудитория — это, в

большой мере, столичные жители, которые основную часть времени проводят в каменных джунглях, но у них есть желание и возможность развиваться, познавать мир. Тратить целый отпуск на природные путешествия они, может, и не готовы, но туры выходного дня раз в несколько месяцев вполне им по нраву. Возможно, часть следует современным экологическим трендам. Многие ездят с детьми, формируя у них соответствующее мировоззрение.

- Как Вы оцениваете этот сегмент туристической индустрии?

На мой взгляд, потенциал имеется. Существует достаточно компаний с «экологическими» продуктами, однако сформированного спроса нет. Чтобы привлечь посетителей, надо вкладывать немало сил и средств в рекламу, постоянно конкурировать с любыми другими предложениями отдыха в выходные дни - от похода в кафе до выбора в пользу самостоятельной поездки. И это необходимо учитывать нынешним руководителям ООПТ.

- Как происходит разработка экотуров?

Вопрос очень ёмкий. Если коротко, то это длительный и затратный процесс, причём достаточно гибкий. Сначала формируется идея. Определяем, что будет центральной темой путешествия. Это может быть конкретная локация, территория или виды животных и птиц. Далее часы подготовки и планирования: поиск соответствующей информации в интернете, её систематизация и анализ, звонки, предварительные договорённости с потенциальными партнёрами. Затем стадия исследований на местности. Может потребоваться 2-3 и более выездов. Завершающий этап - структурирование и детальное описание программы, подготовка визуальных материалов для сайта и социальных сетей. И только потом, когда программа полностью «упакована», запускается реклама.

Учитывая специфику туров, когда определяющую роль играют сезон года, различные внешние факторы, например, пожароопасный период, уровень снежного покрова, паводки, лесоустroительные работы, наша программа находится под

постоянным контролем и при необходимости оперативно корректируется.

В прошлом году нам удалось провести порядка 150 туров с охватом около 3000 человек. Это почти на 50 % больше, чем годом ранее. В планах на этот год - 200 одно-двухдневных туров.

- Среди туров у Вас есть предложения понаблюдать за дикими зверьями или токующими глухарями, выбрать поход на байдарках или фэтбайках. На что больший спрос?

— Это очень разные программы и для разной аудитории. Взять хотя бы такой параметр, как сроки проведения. Наблюдение за глухарями на току возможно только весной в ограниченный период, а поездки на фэтбайках - практически в любое время. Конечно, велотуристов будет больше. Но даже походы на байдарках и фэтбайках у нас ориентированы на познание окружающей природы.

Есть ещё один нюанс. В Беларуси практически отсутствуют места, где можно было бы проводить групповые наблюдения за дикими животными в естественной среде обитания по аналогии с национальными парками Африки. Спрос на наблюдения за тем же тетеревом на токовище точно будет. И я уже давно ищу партнёров, которые могли бы обеспечить такую услугу для наших туристов, но их нет. Да, звери непредсказуемы, пугливы, малочисленны. Но я понимаю и своих клиентов: если они заплатили за тур, они хотят получить результат. Учитывая, что примеров таких сафари в мире немало, очень хотелось бы, чтобы это направление работы продолжало развиваться на наших ООПТ.

- Организуя экотуры на ООПТ, вы выступаете как конкурент госструктуре, управляющей этой территорией?

Если смотреть упрощённо, то нас можно было бы назвать конкурентами. Но в реальности это не так. Мы предлагаем комплексный турпродукт совершенно иного уровня. Клиентоориентированность - залог нашего успеха. Люди хотят провести с пользой 1-2 дня и заплатить за них, взамен им нужен качественный и комфортный

отдых. Программа, расписанная по часам, должна выполняться, обещанное должно демонстрироваться, и всё это необходимо делать доброжелательно и с улыбкой. Предоставляя трансфер, гида, услуги по проживанию, питанию, экскурсионную программу, необходимое снаряжение, оборудование, мы задействуем различных подрядчиков, в число которых нередко входят и представители ООПТ. Все ли ООПТ сегодня могут вести такую работу комплексно? Увы, нет.

Мы скорее партнёры, которые помогают развивать экотуризм в стране. У нас уже есть положительный опыт сотрудничества с национальными парками «Налибокский», «Припятский», Березинским биосферным заповедником, заказниками «Выгонощанское», «Сорочанские озёра», «Козьянский». Они оказывают услугу, которую включаем в свои туры. Готовы ли мы работать с другими ООПТ? Конечно, да. Мы только рады расширить географию туров. Но для этого необходимо, чтобы руководители ООПТ сформулировали чёткие предложения, какие услуги и на каких условиях они могут оказать. Думаю, полезна была бы встреча наших руководителей. Мы знаем, чего хотят люди, и могли бы думать над турпродуктами, учитывая возможности и интересы ООПТ.

Точкой роста для особо охраняемых природных территорий я вижу презентацию и популяризацию их услуг для широкой аудитории. Это то, в чём на взаимовыгодных условиях туркомпания могут эффективно им помогать.

- Алексей, экотуризм — это модный тренд или долговременное явление, которое может повлиять на мировоззрение людей?

- Для меня экотуризм уже давно не что-то модное, а часть жизни. Думаю, это понятие знакомо почти каждому. Другое дело, как его воспринимают. Понимание того, насколько хрупкий окружающий мир, как мы от него зависим, приходит с образованием. Ответственно относиться к животным и растениям, воде, воздуху, земле — это залог здоровья будущих поколений. Экотуризм, которым мы занимаемся, несомненно, способствует как образованию, так и формированию

мировоззрения людей.

В Беларуси действительно немало уникальных мест, но их необходимо, как сейчас модно говорить, «раскручивать». У многих ООПТ для этого нет ни опыта, ни возможностей. На мой взгляд, взаимовыгодное частно-государственное партнёрство может сыграть значительную положительную роль в этом процессе.