



Руководство по социокультурному программированию ООПТ*

**Особо охраняемые природные территории*



Общество с ограниченной ответственностью «СИТИМЭЙКЕРС»

Команда проекта

Антон Айсин
 Руслан Алиев
 Петр Кудрявцев
 Наталья Колодинская
 Владимир Коновалов
 Варвара Концевич
 Кристина Лебедева
 Константин Лавров
 Виталия Летницкая
 Григорий Мальцев
 Дарья Менюшина
 Мария Пономарева
 Юлия Родикова
 Никита Румянцев
 Ольга Слинко
 Алексей Чагин

Дизайн и верстка

Кирилл Жуков
 Валерия Оганесян
 Екатерина Куклина
 Анастасия Ульяновская

Редактура

Полина Лебедева
 Ксения Самарина
 Маргарита Соболев

Корректура

Полина Кораблина

Фоторедактура

Елизавета Азарова



Автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов»

Команда проекта

Ольга Захарова
 Вячеслав Иванов
 Борис Филатов
 Оюна Харитоновна

Руководство по социокультурному программированию ООПТ – это набор простых и понятных этапов разработки программы территории, направленной на ее устойчивое развитие. Каждый этап предусматривает определенные мероприятия по активации заинтересованных участников. Мы убеждены, что сохранение и развитие уникального природного комплекса возможно только за счет вовлечения различных категорий пользователей, как посетителей, так и сети партнеров. Наша природа – это достояние всех россиян, и ее сохранение возможно только путем слаженной работы органов публичной власти, предпринимателей и представителей местного населения. Такая работа должна опираться на прозрачную модель взаимодействия и мы надеемся, что настоящее руководство поможет наладить диалог между различными сторонами развития ООПТ в части формирования социокультурной программы.



Светлана Чупшева

Генеральный директор АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов»

Содержание

Общие положения

Инструкция по использованию руководства	4
Принципы социокультурного программирования ООПТ	8
Введение	10
Глоссарий	

Текущее положение

Нормативная база ООПТ	14
Статус ООПТ	16
Регулирование ООПТ	20
Экотуризм на особо охраняемых природных территориях	24
Взаимодействие государства и бизнеса при ведении хозяйственной деятельности на ООПТ	26

Система социокультурного программирования

Методология социокультурного программирования	32
Вовлечение населения	34
Партнерская сеть	46
Аудитория программ экопросвещения	54
Привлечение экологов	66

Программа территории

Каталог возможных активностей на ООПТ	78
---------------------------------------	----

Этапы разработки программы территории

Этап 1. Составление перечня потенциальных объектов показа, имеющих интерес для посетителей	98
Этап 2. Определение целевой аудитории каждой ключевой особенности вашей территории	100
Этап 3. Формулировка ценностного предложения для каждой целевой аудитории	102

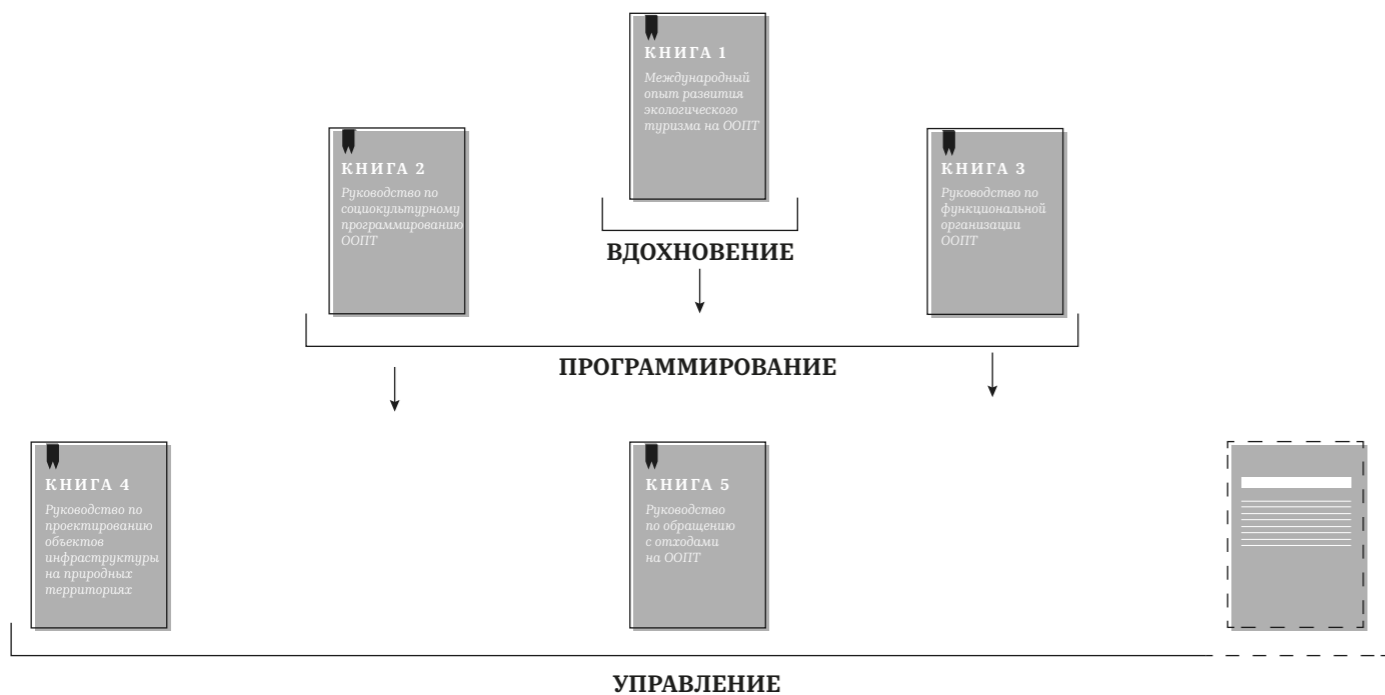
Связь между элементами системы социокультурного программирования

Соотношение этапов разработки программы территории и шагов по активации ключевых заинтересованных участников	106
Основные вопросы, на которые могут ответить ключевые заинтересованные участники на каждом этапе разработки программы территории	107

Социокультурное программирование отдельных типов ООПТ

Методология социокультурного программирования отдельных типов ООПТ	110
<i>Tun A.</i> Возвращение в стихию	128
<i>Tun B.</i> Природное достояние	138
<i>Tun C.</i> Погружение в природу	148
<i>Tun D.</i> Встреча с наследием	158
<i>Tun E.</i> Ближе, чем кажется	168
<i>Tun F.</i> Природа в городе	178
<i>Tun G.</i> Вдали от всего	188
<i>Tun H.</i> Парк по соседству	198
Общие рекомендации для всех типов ООПТ	206
Список литературы и источников	208
Список нормативно-правовых актов	209

Об этой книге



«Руководство по социокультурному программированию ООПТ» — это набор рекомендаций по развитию особо охраняемых природных территорий (далее — ООПТ) в части социокультурного программирования.

Под социокультурным программированием понимается комплекс мероприятий, направленных на систематизацию форм деятельности людей на определенной территории путем разработки событийной программы территории и выстраивания коммуникаций с пользователями территории.

Руководство опирается на две группы эмпирического материала. Во-первых, это обобщенный международный опыт развития экотуризма на особо охраняемых природных территориях, касающийся как организационно-управленческих, так и коммуникационно-маркетинговых наработок. Во-вторых, это существующие передовые отечественные практики развития ООПТ, для руководства был обобщен сложившийся опыт социокультурного программирования ООПТ в России.

Инструкция по использованию руководства

КНИГА 2
Программные решения

АКТИВАЦИЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН
Вовлечение местных жителей
Работа с бизнесом
Привлечение посетителей

ПРОГРАММА ТЕРРИТОРИИ
Вовлечение местных жителей
Работа с бизнесом
Привлечение посетителей

Требования к функциональному наполнению

КНИГА 3
Пространственные решения

ЗОНИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ
Каталог функциональных зон
Регламенты зон
Связи между зонами

ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
Технико-экономические показатели объектов инфраструктуры

Для системного учета эффектов, связанных со спецификой ООПТ, в данном руководстве была использована рамка экосистемных услуг, предлагаемая Организацией Объединенных Наций (Ecosystem Services). Экосистемные услуги — те блага, которые предоставляет природа. Экосистемные услуги являются продуктом природного капитала.

В документах ООН выделяется четыре типа экосистемных услуг:

- ресурсные (чистая вода, свежий воздух, продовольствие);
- регулирующие (связывание углерода, водорегулирование);
- культурные (образование, контакт с природой);
- поддерживающие (глубинные природные процессы).

Деятельность по культурному развитию организационно определяется:

Книга 2 посвящена рекомендациям по разработке программных решений, состоящих в создании системы социокультурного программирования территории (активации ключевых заинтересованных участников и разработке программы территории);

Книга 3 посвящена рекомендациям по разработке пространственных решений, состоящих в функциональной организации территории (зонировании территории и требованиях к инфраструктурному обеспечению).

В качестве связующего звена между двумя элементами выступают требования к функциональному наполнению, которые обладают определенными закономерностями с точки зрения туристского потенциала. Систематизация подобных закономерностей позволяет осуществить типологию ООПТ с точки зрения потенциала развития. С одной стороны, потенциал развития различных типов отражает различия в перечне сервисов и услуг, а с другой — перечень типов зон и участков ООПТ.

Принципы социокультурного программирования ООПТ



Уважение к природе

Дикая природа является общечеловеческим наследием, и развитие туризма не должно наносить ей непоправимый вред. Предоставляемые услуги должны не только развлекать посетителей, но прививать им экологическую ответственность.



Масштаб и ответственность

Решение локальных задач развития природных территорий – часть процесса глобализации и усиления связей между различными территориями. Развитие природных территорий должно опираться на передовые международные практики с учетом специфики местных ландшафтов.



Информированное согласие

Контакт с дикой природой подразумевает риски для жизни и здоровья посетителей. Допуск к различным активностям должен осуществляться только после того, как посетители ознакомятся с информацией о возможных рисках и пройдут необходимый инструктаж по технике без опасности.



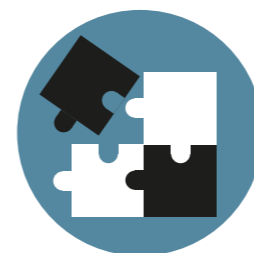
Единство пользовательского опыта

Посещение ООПТ должно рассматриваться как получение единого впечатления с момента прохода на территорию и выхода за ее пределы. Работа различных служб и бизнесов должна координироваться с позиции комфорта посетителей.



Интегрированность коммуникаций

При организации коммуникаций необходимо опираться на единые стандарты, независимо от адресатов коммуникации и содержания сообщения. Одной из задач программирования ООПТ должна быть разработка визуального языка и стандартов внешних коммуникаций.



Инклюзивная мобильность

ООПТ должно создавать условия для посещения различными категориям пользователей, выступая в качестве драйвера внедрения передовых практик создания без барьерной среды. Возможность осознанного доступа к природному наследию должна пониматься как базовая задача руководства ООПТ.

Введение

В данном руководстве анализируется опыт развития особо охраняемых природных территорий (далее — ООПТ) в части социокультурного программирования. Под социокультурным программированием понимается комплекс мероприятий, направленных на систематизацию форм деятельности людей на определенной территории путем разработки событийной программы территории и выстраивания коммуникаций с пользователями территории.

Данное руководство опирается на две группы эмпирического материала. Во-первых, это обобщенный международный опыт развития экотуризма на особо охраняемых природных территориях, касающийся как организационно-управленческих, так и коммуникационно-маркетинговых наработок. Во-вторых, это существующие передовые отечественные практики развития ООПТ: обобщен сложившийся опыт социокультурного программирования ООПТ в России.

Цель и задачи руководства

Целью данного руководства является разработка рекомендаций по развитию социокультурного программирования на российских ООПТ. Для достижения цели в руководстве последовательно решается ряд задач:

- раскрывается методология социокультурного программирования;
- описываются инструменты активации ключевых заинтересованных сторон: местных сообществ, посетителей и партнеров;
- предлагается алгоритм разработки программы территории;
- выявляются общие характеристики различных природных территорий в зависимости от их туристского потенциала.

Область применения руководства

Данное руководство применимо в качестве вспомогательного материала для развития социокультурного программирования на отдельных участках ООПТ, допускающих организацию экотуристской и экопросветительской деятельности. В настоящее время в России существует более 11 000 ООПТ, обладающих разным организационно-правовым и природоохранным статусом. Сложившаяся система ООПТ отражает все многообразие природно-климатических и рельефно-географических характеристик России, богатство флоры и фауны. Разработка рекомендаций по развитию социокультурного программирования требует предварительного определения тех участков ООПТ, на которых присутствие человека не нанесет непоправимый вред протекающим там уникальным природным процессам. Научно-исследовательская деятельность по определению границ отдельных зон и административная деятельность по их регистрации в установленном законом порядке не являются предметом данного руководства. Данное руководство может применяться только после прохождения этих этапов и выявления участков, на которых может быть организована ограниченная хозяйственная деятельность в целях экотуризма и экопросвещения. Руководство не предназначено для применения на иных участках, а также на ООПТ, где не завершена процедура межевания.

Структура и методология руководства

Структура руководства соответствует его цели и задачам. Руководство состоит из трех разделов. В первом разделе ставятся цели и задачи руководства, а также проводится анализ существующего положения в области регулирования ООПТ, туризма и экотуризма в России. Во втором разделе представлены рекомендации по социокультурному программированию, касающиеся активации ключевых заинтересованных участников и разработки программы территории. В третьем разделе содержатся рекомендации по развитию социокультурной программы ООПТ в зависимости от ее туристского потенциала.

Для удобства работы с руководством в начале каждого раздела описана использованная методология. В начале второго раздела представлены также общие сведения о предлагаемых механизмах, а в начале третьего — о критериях типологизации ООПТ и сегментации целевых аудиторий, о подходе компании Citymakers к событийному программированию и характере рекомендаций для каждого типа.

Целевая аудитория руководства

- Руководители ООПТ федерального, регионального и местного значения. Руководство содержит конкретные рекомендации по созданию социокультурной программы ООПТ.
- Представители органов исполнительной и законодательной власти субъектов Российской Федерации. Они найдут в руководстве модельные форматы деятельности органов управления ООПТ. Использование общих моделей упростит целеполагание в области развития ООПТ.
- Представителей академического сообщества может заинтересовать систематизация в руководстве сложившегося опыта маркетингового продвижения ООПТ.
- Предприниматели смогут найти в руководстве конкретные точки входа в экотуристскую деятельность на ООПТ.
- Экологические активисты. В руководстве даются рекомендации по повышению экологической ответственности жителей за счет использования методик экоспросвещения.
- Широкий круг читателей — все, кому интересно положение дел в сфере развития ООПТ.

Глоссарий

Социокультурное программирование

Мероприятия по организации форм социальной и культурной деятельности на определенной территории.

Территориальный маркетинг

Совокупность процессов создания, продвижения и предоставления образа определенной территории посетителям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для заинтересованных участников территории.

Сегментация целевой аудитории

Разделение аудитории на группы с точки зрения схожести запросов.

Пользовательские сценарии

Модельные ситуации поведения пользователей, характеризующие ключевые аспекты взаимодействия с продуктом или услугой.

Иерархия потребностей

Классификация потребностей с точки зрения накопленного эффекта, в результате чего удовлетворение высшей потребности возможно только при условии достижения нижестоящей.

Ценностное предложение

Наглядное изложение преимуществ, которыми обладает данный продукт или услуга в глазах целевой аудитории.

Мотивация потребительского поведения

Набор побуждающих установок потребителя, лежащих в основе приобретения продукта или услуги.

Модельные услуги

Обобщенные типы услуг, не учитывающие ценностное предложение отдельных брендов.

Вовлечение местных сообществ

Деятельность по включению представителей местных сообществ в обсуждение вопросов, затрагивающих их интересы.

Государственно-частное партнерство

Совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

Экотуризм

Форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещении относительно незатронутых антропогенным воздействием природных территорий.

Маркетинговые методы продвижения

Совокупность приемов и средств, с помощью которых

ценностное предложение продукта или услуги транслируется целевым аудиториям через релевантные каналы продвижения.

Экопросвещение

Формирование у широких слоев общества понимания проблем сохранения биологического и ландшафтного разнообразия, роли особо охраняемых природных территорий в решении этих проблем, а также их места в социально-экономическом развитии регионов.

Углеродный след

Достопримечательность, природный объект или природно-климатическая зона, способные удовлетворить потребности туриста в процессе осуществления туристической поездки или путешествия, и потребления туристических услуг или тура, в соответствии с прямыми или сопутствующими целями тура.

VRIO анализ

Инструмент анализа ресурсов и особенностей территории для обнаружения туристического потенциала.

Волонтерство

Безвозмездное оказание услуг или выполнение работ.

Концессия

Вид договора о создании или реконструкции за счет средств инвестора объектов недвижимого имущества, находящихся в государственной собственности, в результате чего инвестор получает возможность эксплуатировать объект на возмездной основе, собирая доход в свою пользу.

Государственные закупки

Приобретение на бюджетные средства товаров, услуг и работ для удовлетворения государственных и муниципальных нужд.

Экосистемные услуги

Разнообразные блага, которые люди без возмездно получают при контакте с окружающей средой и исправно функционирующими природными комплексами.

Паблицити

Направление связей с общественностью, состоящее в формировании у целевой аудитории узнаваемости продукта или услуги.

Пользовательский опыт

Восприятие и ответные действия пользователя, возникающие в результате использования продукта.

Государственные закупки

Приобретение на бюджетные средства товаров, услуг и работ для удовлетворения государственных и муниципальных нужд.

Маркетинг

Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Продвижение

Комплекс маркетинговых мероприятий, целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов.

Партнерская сеть

Форма делового сотрудничества юридических лиц, занимающихся сходной деятельностью.

Лидеры мнений

Люди, отличающиеся в глазах своих последователей высоким социальным статусом и лучшей информированностью и, тем самым, оказывающие влияние на их понимание содержания и смысла сообщений массовой коммуникации.

Сообщество

Группа людей, имеющих общие интересы.

Малое предпринимательство

Предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения.

Низовая общественная инициатива

Форма деятельности, исходящая от субъектов гражданского общества и содержащая рекомендации по организации общественной жизни.

Меры поддержки бизнеса

Комплекс программ, направленных на упрощение предпринимательской деятельности за счет создания специальных административных или экономических условий.

Коммерческие партнеры

Участники партнерской сети, ставящие своей целью извлечение прибыли из предпринимательской деятельности.

Некоммерческие партнеры

Участники партнерской сети, не ставящие своей основной целью извлечение прибыли из предпринимательской деятельности.

Канал коммуникации

Средства, с помощью которых субъект коммуникации передает сообщение целевой аудитории.

Событийная программа

Комплекс хронологически соотнесенных мероприятий, проводимых на отдельной территории.

Визит-центр

Базовый экотуристский объект ООПТ, объединяющий эколого-просветительские, научно-образовательные, социальные и туристско-информационные функции.

Экологическая тропа

Обустроенные и особо охраняемые прогулочно-познавательные маршруты, создаваемые с целью экологического просвещения населения через установленные по маршруту информационные стенды.

Гид

Специалист по проведению экскурсий, сопровождающий туристов или экскурсантов и рассказывающий про осматриваемые ими достопримечательности.

Текущее положение ООПТ

Нормативная база ООПТ

Ключевые принципы, лежащие в основе организации российских особо охраняемых природных территорий, закреплены в Конституции РФ (КРФ):

- международные договоры обладают верховенством над действующим законодательством РФ (ч. 4 ст. 15 КРФ);
- природопользование, охрана окружающей среды и обеспечение экологической безопасности, особо охраняемые природные территории находятся в совместном ведении РФ и ее субъектов (ст. 72 КРФ);
- законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ не могут противоречить федеральным законам, в случае противоречия по вопросам совместного ведения действует федеральный закон (ст. 76 КРФ).

Международные конвенции

Россия является стороной ряда международных договоров и программ, касающихся особо охраняемых природных территорий:

- Конвенции по биологическому разнообразию ООН;
- Конвенции о водно-болотных угодьях, имеющих международное значение главным образом в качестве местообитаний водоплавающих птиц (Рамсарская конвенция);
- Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия;
- Международной программы ЮНЕСКО «Человек и биосфера» (МАБ).

Федеральное законодательство

Основным законодательным актом, регулирующим организацию, охрану и использование ООПТ в Российской Федерации, служит Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях» (далее – ФЗ «Об ООПТ»). Он содержит:

- определение ООПТ;
- перечень категорий ООПТ;
- порядок создания ООПТ;
- особенности организации охраны и развития выделенных категорий ООПТ;
- ответственность за нарушение режима ООПТ.

ФЗ «Об ООПТ» предусмотрено создание на прилегающих (сопредельных) земельных участках и водных объектах охранных зон с регулируемым режимом

природопользования. Порядок создания охранных зон государственных природных заповедников, национальных парков, природных парков и памятников природы для предотвращения неблагоприятных антропогенных воздействий закреплен Постановлением правительства Российской Федерации от 19.02.2015 № 138 «Об утверждении Правил создания охранных зон отдельных категорий особо охраняемых природных территорий, установления их границ, определения режима охраны и использования земельных участков и водных объектов в границах таких зон».

Федеральными законами может устанавливаться особый правовой режим для отдельных особо охраняемых природных территорий. Так произошло с озером Байкал, для охраны которого был принят Федеральный закон от 01.05.1999 № 94-ФЗ «Об охране озера Байкал». В рамках закона существующие на территории озера ООПТ были объединены в рамках понятия Байкальской природной территории.

К федеральным законам, содержащим требования к природоохранной деятельности на территории РФ, относятся:

- Федеральный закон от 10.01.2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды»;
- Федеральный закон от 04.05.1999 № 96-ФЗ «Об охране атмосферного воздуха»;
- Федеральный закон от 23.11.1995 № 174-ФЗ «Об экологической экспертизе»;
- Федеральный закон от 24.04.1995 № 52-ФЗ «О животном мире»;
- Федеральный закон от 20.12.2004 № 166-ФЗ «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов».

Особенности надзорной деятельности на ООПТ в целях предупреждения, выявления, пресечения нарушений режима ООПТ и охранных зон ООПТ, особого правового режима использования земельных участков, природных ресурсов и иных объектов недвижимости в границах ООПТ отражены в Постановлении Правительства РФ от 24.12.2012 № 1391 «О государственном надзоре в области охраны и использования особо охраняемых территорий федерального значения».

Ряд федеральных законов, регламентирующих хозяйственную деятельность, также включают положения, затрагивающие деятельность ООПТ:

- Федеральный закон от 21.07.1997 № 116-ФЗ

Федеральный уровень		
Федеральные ООПТ	Региональный уровень	
Региональные ООПТ	Региональные ООПТ	Местный уровень
Местные ООПТ	Местные ООПТ	Местные ООПТ

- «О промышленной безопасности опасных производственных объектов»;
- Федеральный закон «Об отходах производства и потребления» от 24.06.1998 № 89-ФЗ;
- Федеральный закон от 17.12.1998 г. № 191-ФЗ «Об исключительной экономической зоне Российской Федерации».

Отдельные ограничения, касающиеся деятельности ООПТ, содержатся в Водном, Лесном, Земельном, Градостроительном кодексах РФ, Законе РФ от 21.02.1992 № 2395-1 «О недрах».

Ответственность за нарушение требований законодательства относительно ООПТ устанавливаются:

- Уголовный кодекс РФ (ст. 262);
- Кодекс об административных правонарушениях (ст. 8.39);
- Гражданский кодекс (ст. 1065).

Управление развитием ООПТ осуществляется на основе ряда документов, утверждаемых Президентом и Правительством РФ:

- Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года;
- паспорт Национального проекта «Экология»;
- паспорт Приоритетного проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть»;
- Концепция развития системы особо охраняемых природных территорий федерального значения на период до 2020 года;
- Государственная программа Российской Федерации «Охрана окружающей среды»;
- Государственная программа Российской Федерации «Воспроизводство и использование природных ресурсов»;
- Стратегия сохранения редких и находящихся под угрозой исчезновения видов животных, растений и грибов в Российской Федерации на период до 2030 года.

В этих документах, помимо прочего, содержатся ключевые целевые показатели развития ООПТ. Так, среди ключевых целей Национального проекта «Экология» заявлено сохранение биологического разнообразия, в том числе за счет создания новых особо охраняемых природных территорий. В рамках этого целевого показателя планируется увеличение площади ООПТ не менее чем на 5 млн. га и увеличение количества посетителей ООПТ не менее чем на 4 млн. человек к концу 2024 года. Приоритетный проект «Дикая природа России: сохранить и увидеть» подразумевает определение и апробацию механизмов сохранения, восстановления и устойчивого использования

биологического и ландшафтного разнообразия, включая развитие экотуризма на базе 22 ООПТ федерального значения с увеличением количества посетителей до 4 млн. к 2020 году.

Региональный уровень

К документам, регулирующим деятельность ООПТ на региональном уровне, можно отнести:

- проекты субъектов РФ в рамках национального проекта «Экология»;
- проекты субъектов РФ в области охраны окружающей среды;
- законы субъектов РФ об ООПТ соответствующего субъекта РФ;
- законы субъектов РФ в области охраны окружающей среды (экологические кодексы);
- законы РФ в области территориального развития;
- законы РФ, регулирующие хозяйственную деятельность на ООПТ и в их охранных зонах.

Местный уровень

ООПТ местного значения могут создаваться в случае, если это допускается законодательством субъекта РФ. Органы местного самоуправления решают предусмотренные Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» вопросы использования, охраны, защиты, воспроизводства лесов ООПТ, расположенных в границах населенных пунктов поселения, городского округа, в соответствии с положениями о соответствующих ООПТ.

Органы местного самоуправления могут создать ООПТ местного значения на земельных участках, находящихся в собственности соответствующего муниципального образования. Решение об организации ООПТ местного значения принимают представительные органы муниципальных образований. В случае, если планируемая ООПТ будет занимать более 5% от общей площади земельных участков, находящихся в собственности муниципального образования, орган местного самоуправления должен согласовать решение о создании ООПТ с органом государственной власти соответствующего субъекта РФ.

Статус ООПТ

Определение ООПТ содержится в ФЗ «Об ООПТ»: «участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решениями органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны. Особо охраняемые природные территории относятся к объектам общенационального достояния».

Российские ООПТ представляют собой неоднородную систему, в состав которой по состоянию на 2018 г. входит 11 864 территорий. Согласно уровню органов государственной власти, к компетенции которых относятся вопросы создания и управления ООПТ, можно выделить:

- ООПТ федерального значения;
- ООПТ регионального значения;
- ООПТ местного значения.

ООПТ также можно классифицировать по категориям – определенным наборам природоохранных режимов. ООПТ каждого уровня соответствуют свои перечни категорий.

Категории ООПТ федерального значения

ООПТ федерального значения создаются федеральными органами исполнительной власти. Под охрану этого уровня подпадают самые ценные природные участки, обладающие уникальным значением для целей устойчивого развития. Их развитие напрямую поддерживается из федерального бюджета. К ООПТ федерального значения относятся:

- государственные природные заповедники, в том числе биосферные государственные природные заповедники;
- национальные парки;
- государственные природные заказники;
- памятники природы;
- дендрологические парки и ботанические сады.

Государственные природные заповедники – это природоохранные, научно-исследовательские и эколого-просветительские учреждения федерального значения, имеющие своей целью сохранение и изучение естественного хода природных процессов и явлений, генетического фонда растительного и животного

мира, отдельных видов и сообществ растений и животных, типичных и уникальных экологических систем. Их деятельность регулируется отдельным постановлением Правительства РФ.

На территории государственных природных заповедников:

- полностью запрещается экономическая и иная деятельность, противоречащая задачам заповедника и режиму особой охраны его территории, установленному в положении о данном государственном природном заповеднике;
- могут выделяться участки, на которых исключается всякое вмешательство человека в природные процессы;
- могут выделяться участки частичного хозяйственного использования, не включающие особо ценные экологические системы и объекты, ради сохранения которых создавался государственный природный заповедник, для обеспечения функционирования заповедника и жизнедеятельности граждан, проживающих на его территории.

Биосферные заповедники – это государственные природные заповедники, которые входят в международную систему биосферных резерватов. Их статус определяется требованиями Всемирной сети биосферных резерватов, созданных под эгидой программы ЮНЕСКО «Человек и биосфера».

Ограничения на ведение хозяйственной деятельности на территории биосферных заповедников аналогичны установленным для государственных природных заповедников. Однако к территориям биосферных заповедников могут быть присоединены так называемые биосферные полигоны, в том числе с дифференцированным режимом особой охраны и использования. На биосферных полигонах допускается размещение объектов капитального строительства и связанных с ними объектов инфраструктуры, перечень которых устанавливается Правительством РФ для каждого биосферного полигона.

Национальные природные парки – это природоохранные учреждения, территории (акватории) которых включают природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, и предназначены для использования в природоохранных, рекреационных, просветительских, научных и культурных целях.

В национальных парках выделяются зоны, в которых природная среда сохраняется в естественном

Соотношение типов ООПТ и уровня их значения

Категории ООПТ	Федеральное значение	Региональное значение	Местное значение
Заповедники	●		
Национальные парки	●		
Природные парки		●	
Заказники	●	●	
Памятники природы	●	●	
Дендрологические парки и ботанические сады	●	●	
Иные категории		●	●

состоянии и запрещается осуществление любой не предусмотренной ФЗ «Об ООПТ» деятельности, и зоны, в которых ограничивается экономическая и иная деятельность в целях сохранения объектов природного и культурного наследия и их использования в рекреационных и познавательных целях. Следует отметить, что ФЗ «Об ООПТ» допускает возможность передачи отдельных земельных участков соответствующих функциональных зон в границах национальных парков в аренду для рекреационной деятельности, в том числе для ограниченного строительства объектов капитального строительства в целях познавательного туризма. При этом арендаторы принимают обязательство поддерживать режим охраны национального парка.

Государственные природные заказники – это территории (акватории), имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов или их компонентов и поддержания экологического баланса. Государственные природные заказники могут быть федерального или регионального значения. Государственными природными заказниками федерального значения объявляются природные комплексы, предназначенные для сохранения или воспроизводства одних видов природных ресурсов (объектов) в сочетании с ограниченным и согласованным использованием других видов природных ресурсов (объектов).

Согласно ФЗ «Об ООПТ», в государственных природных заказниках постоянно или временно запрещается или ограничивается любая деятельность, которая противоречит целям создания заказников или причиняет вред природным комплексам и их компонентам. При этом на территориях, где проживают малочисленные этнические общности, допускается использование природных ресурсов в формах, обеспечивающих защиту исконной среды обитания указанных общностей и сохранение традиционного образа их жизни

Памятники природы – это уникальные, невосполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношениях природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения. Они могут быть федерального или регионального значения.

Согласно ФЗ «Об ООПТ», на территории памятников природы запрещается деятельность, влекущая за собой нарушение их сохранности. Для памятников природы федерального значения допускается использование в рекреационных и производственных целях, если это не сказывается на их сохранности, по согласованию с Министерством природных ресурсов и экологии РФ и в соответствии с паспортom памятника (сезонные и иные ограничения).

Дендрологические парки и ботанические сады – это особо охраняемые природные территории, созданные для формирования специальных коллекций растений в целях сохранения растительного мира и его разнообразия. Они могут быть федерального и регионального значения. Согласно ФЗ «Об ООПТ», на их территории запрещается всякая деятельность, не связанная с выполнением их задач и влекущая за собой нарушение сохранности флористических объектов. Задачи, функциональное зонирование и особенности режима особой охраны территории

каждого дендрологического парка или ботанического сада определяются положением конкретной ООПТ. Иные категории федеральных ООПТ возникают, когда природоохранный режим регламентируется отдельным федеральным законом, как, например, в случае озера Байкал.

Категории ООПТ регионального и местного значения

Категории ООПТ регионального и местного значения устанавливаются законами субъектов РФ, за исключением категории регионального значения «природный парк», аналогичной категории «национальный парк» федерального значения, – положение о ней содержится в ФЗ «Об ООПТ».

Природные парки представляют собой особо охраняемые природные территории регионального значения, в границах которых выделяются зоны, имеющие экологическое, культурное или рекреационное назначение, и соответственно этому устанавливаются запреты и ограничения экономической и иной деятельности. Конкретные особенности, зонирование и режим каждого природного парка определяются его положением, утверждаемым органом государственной власти соответствующего субъекта РФ по согласованию с федеральным органом исполнительной власти в области охраны окружающей среды и соответствующими органами местного самоуправления.

В ФЗ «Об ООПТ» приведен перечень функциональных зон, которые могут быть установлены субъектами РФ для природных парков:

- природоохранные зоны;
- рекреационные зоны;
- агрохозяйственные зоны;
- иные функциональные зоны, включая зоны охраны историко-культурных комплексов и объектов.

ООПТ регионального и местного значения насчитывают около 80 категорий. По методике Стишова и Дадли все категории ООПТ регионального и местного значения можно разделить на три группы по функциональному сходству с охраняемыми территориями и зонами с особыми условиями использования, установленными федеральным законодательством:

- функциональные аналоги категорий ООПТ федерального значения;
- функциональные аналоги категорий особых территорий федерального значения, не являющихся природными;
- функционально уникальные категории.

Функциональные аналоги категорий ООПТ федерального значения

К категориям ООПТ регионального и местного значения, чьи функции аналогичны или близки категориям ООПТ федерального значения, относятся:

- заповедные или особо охраняемые природные урочища;
- заповедные участки;
- природные микрозаповедники;
- природные микрозаказники
- природные резерваты;

- генетические резерваты;
- территории, представляющие особую ценность для сохранения объектов животного и растительного мира, занесенных в Красную книгу;
- зоны покоя;
- охраняемые природные комплексы;
- охраняемые водно-болотные угодья;
- охраняемые водные объекты;
- охраняемые (природные) ландшафты и их аналоги;
- ландшафтные парки (ландшафтные природные парки);
- экотуристические территории;
- природно-исторические комплексы и их аналоги;
- охраняемые природные объекты;
- памятники живой природы;
- уникальные озера.

Функциональные аналоги категорий особых территорий федерального значения, не являющихся природными

Для этих категорий ООПТ регионального и местного значения также существуют функциональные аналоги на федеральном уровне, однако подобные аналоги федерального значения не относятся к ООПТ. К функциональным аналогам категорий особых территорий федерального значения, не являющихся природными, относятся:

- территории традиционного природопользования;
- этно-экологические охраняемые природные территории и эколого-этнические зоны;
- лесопарковые зоны и городские леса;
- охраняемые зеленые зоны и их аналоги;
- защитные полосы лесов;
- лечебно-оздоровительные местности и курорты;
- водоохраные зоны;
- парки и парки-памятники садово-паркового искусства.

Функционально уникальные категории

Эти категории ООПТ регионального и местного значения по своим целям и задачам не имеют прямых аналогов в федеральном законодательстве в качестве ООПТ или территорий и зон с особыми условиями использования. К ним относятся:

- ресурсные резерваты;
- экологические коридоры;
- пространственные экологические комплексы;
- экологические парки;
- природные рекреационные зоны и аналогичные им категории;
- научные стационары и аналогичные им категории;
- городские парки, скверы и охраняемые садово-парковые территории (ландшафты);
- экологические плантации и питомники;
- зоопарки.

Охранные зоны служат особым инструментом сохранения ООПТ. Деятельность охранных зон регламентируется отдельным постановлением Правительства РФ. Минимальный размер охранной зоны для заповедников и национальных парков – 1 км.

Таким образом, можно выделить два принципа, лежащих в основе классификации ООПТ в России:

- Принцип субсидиарности управления в определении уровней ООПТ. Разные уровни органов государственной власти отвечают за ООПТ разного значения. Наиболее важные территории управляются на федеральном уровне, на региональном уровне могут создаваться дополнительные природоохранные режимы. Это дает возможность сочетать жесткое природоохранное ядро с гибким рекреационным поясом.
- Принцип баланса между развитием и сохранением в определении категорий ООПТ. С помощью инструментов зонирования создаются механизмы, дополняющие основные цели деятельности ООПТ. Так, в заповедниках развитие возможно в охранный зоне и на территории биосферных полигонов. В национальных и природных парках возможно установление охранный режима в отдельных зонах.

Регулирование ООПТ

Регулирование ООПТ состоит из четырех ключевых элементов:

- порядок создания ООПТ;
- организационные документы ООПТ;
- механизм управления ООПТ;
- финансовой структуры ООПТ.

Порядок создания ООПТ

Составление и утверждение положения о создании ООПТ федерального значения находится в ведении ответственных федеральных органов исполнительной власти (чаще всего Министерства природных ресурсов и экологии РФ). Физическое или юридическое лицо не может инициировать создание ООПТ федерального значения. ООПТ регионального и местного значения могут быть созданы как по инициативе региональных органов исполнительной власти или органов местного самоуправления, так и по инициативе физических или юридических лиц.

Перед началом создания ООПТ необходимо изучить схему размещения и развития ООПТ или схему территориального планирования (СТП) региона. В этих документах описаны существующие особо охраняемые природные территории, а также перечень планируемых к созданию ООПТ. Наличие интересующей территории в этих документах существенно облегчает задачу придания ей статуса особо охраняемой. Для этого нужен конструктивный диалог с региональными или местными властями о назначении конкретных сроков юридического создания ООПТ.

Если интересующая территория не фигурирует в схеме размещения и развития ООПТ и СТП региона, то для ее включения в эти документы необходимо специальное экспертное заключение. Такое заключение можно получить у профильных научно-исследовательских институтов, высших учебных заведений, ученых и других экспертов. Экспертное заключение должно содержать обоснование того, что рассматриваемая территория соответствует определению особо охраняемой природной территории в трактовках ФЗ «Об ООПТ» или региональных нормативных актов (при необходимости, также и местных законодательных актов).

После получения экспертного заключения необходимо направить обращение в органы власти, уполномоченные вносить изменения в схему размещения

и развития ООПТ и СТП региона – как правило, это региональные управления архитектуры и градостроительства, а также органы, ответственные за управление ООПТ, например региональное Министерство природных ресурсов. После принятия экспертного заключения ответственные органы включают территорию в схему размещения и развития ООПТ или в схему территориального планирования региона и назначают конкретные сроки создания ООПТ.

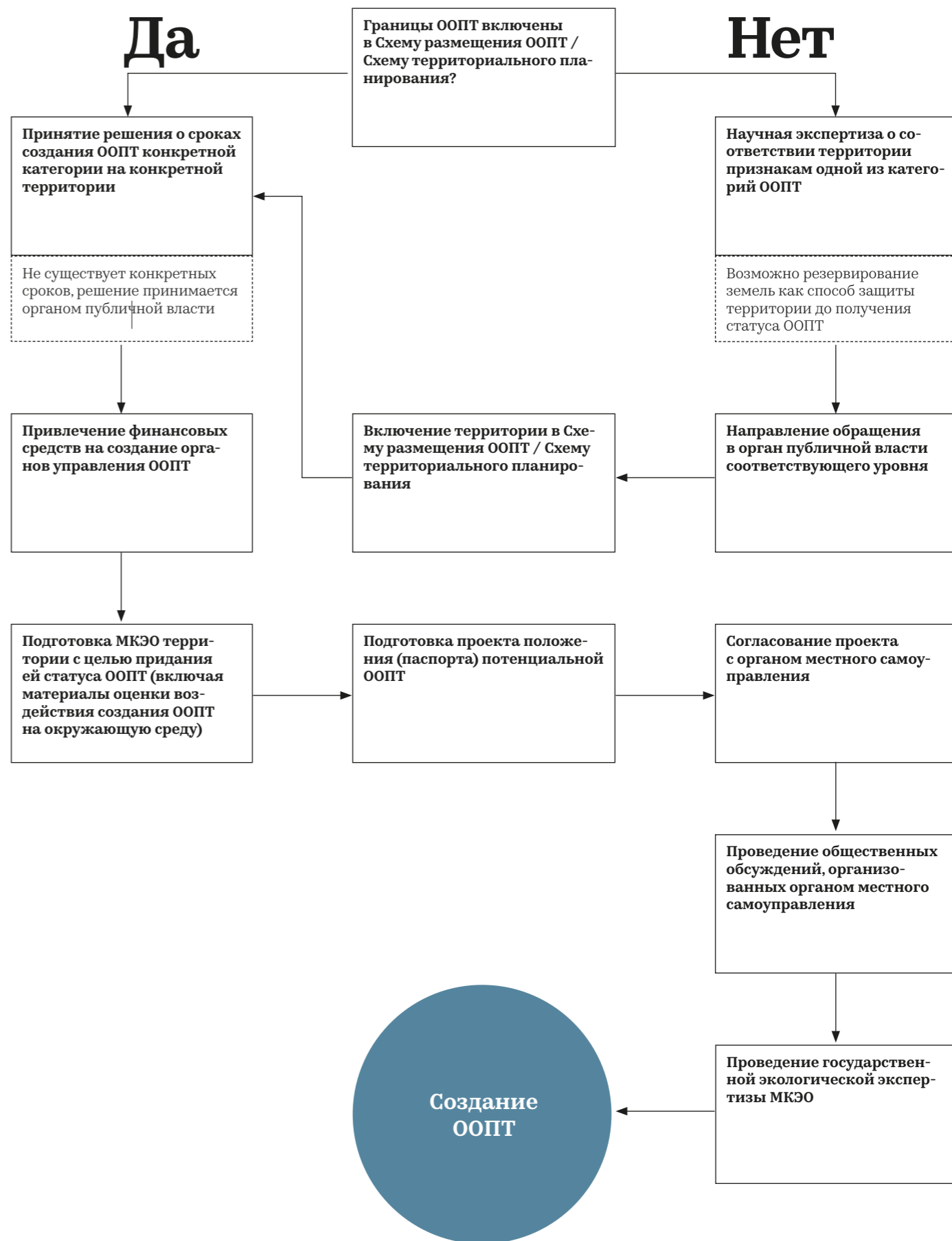
Далее региональный или муниципальный орган власти инициирует подготовку материалов комплексного экологического обследования территории, в том числе оценки воздействия создания ООПТ на окружающую среду. В случае если у органа власти нет финансовых средств на подготовку таких материалов, возможно привлечь финансирование из частных источников – например, международных (WWF) или российских природоохранных фондов, местных предпринимателей. На основе подготовленных материалов комплексного экологического обследования территории составляется проект положения (паспорта) потенциальной ООПТ в соответствии с ФЗ «Об ООПТ».

Проект положения потенциальной ООПТ согласовывается с местной администрацией (муниципалитетом), организуются общественные обсуждения. После этого проводится государственная экологическая экспертиза материалов комплексного экологического обследования территории. В случае положительных результатов государственной экспертизы региональные и муниципальные органы власти принимают решение о создании ООПТ, которое согласуется с Министерством природных ресурсов и экологии РФ и губернатором региона.

Организационные документы ООПТ

Режим деятельности ООПТ устанавливается рядом документов, таких как:

- нормативный правовой акт об образовании ООПТ;
- нормативный правовой акт, устанавливающий подчиненность ООПТ;
- документ на право пользования земельным участком (участками);
- устав ООПТ;
- индивидуальное положение об ООПТ;
- паспорт ООПТ;



- охранное свидетельство.
- Законодательно многие вопросы функционального наполнения ООПТ отнесены к индивидуальному положению об ООПТ. Положением об ООПТ определяются:
- перечень видов хозяйственной деятельности и природопользования, запрещенных в ООПТ;
 - перечень видов хозяйственной деятельности и природопользования, частично ограниченных в ООПТ;
 - особенности использования земельных, водных, лесных и иных природных (в том числе водных биологических) ресурсов, включая регулирование охоты и рыболовства;
 - функциональное зонирование ООПТ (при наличии такового), в том числе наименование, особенности режима и описание границ каждой функциональной зоны;
 - обязательность соблюдения режима особой охраны всеми собственниками, владельцами и пользователями земельных участков, расположенных в границах ООПТ.

Механизм управления ООПТ

Органом управления ООПТ в большинстве случаев выступает государственное бюджетное учреждение. Законодательство также позволяет ООПТ находиться в ведении научных организаций и государственных образовательных организаций высшего образования – как правило, это касается дендрологических парков и ботанических садов.

Таким образом, механизм управления ООПТ определяется тем, что это:

- государственное (муниципальное) учреждение;
- бюджетное учреждение.

Государственное (муниципальное) учреждение – это учреждение, созданное органами государственной власти (местного самоуправления). Государственные (муниципальные) учреждения управляют имуществом на основе права оперативного управления. Основным имуществом активом в оперативном управлении ООПТ является земельный участок с особой категорией землепользования «Земли особо охраняемых территорий и объектов».

Конкретный орган управления ООПТ определяется уровнем ООПТ:

- ООПТ федерального значения управляются отдельным исполнительным органом, который создается Министерством природных ресурсов и экологии РФ;
- ООПТ регионального значения управляются единым государственным учреждением (дирекцией);
- ООПТ местного значения управляются уполномоченными органами местного самоуправления или посредством создания подведомственного учреждения.

Бюджетное учреждение – это организация, созданная органами государственной власти РФ или субъектов РФ, органами местного самоуправления для осуществления управленческих, социально-культурных, научно-технических или иных функций некоммерческого характера, деятельность которых финансируется из соответствующего бюджета или внебюджетного фонда. Деятельность бюджетных

учреждений сопряжена с рядом ограничений:

- Для получения финансирования необходима смета доходов и расходов, в которой должны быть отражены все доходы бюджетного учреждения, получаемые как из бюджета и государственных внебюджетных фондов, так и от предпринимательской деятельности, в том числе и доходы от оказания платных услуг, другие доходы, получаемые от использования государственной или муниципальной собственности, закрепленной за бюджетным учреждением.
- Уполномоченный орган государственной власти может уменьшить объем средств, выделяемых бюджетному учреждению, но в таком случае должен предварительно согласовать новые сроки и условия выделения средств.
- Бюджетное учреждение составляет и предоставляет бюджетную заявку на очередной финансовый год на основе прогноза объемов предоставления бюджетных средств. Заявка подается на рассмотрение и утверждение распорядителю бюджетных средств.
- Бюджетное учреждение использует бюджетные средства в соответствии с утвержденной сметой доходов и расходов, и самостоятельно в расходования средств, полученных за счет внебюджетных источников.
- Бюджетное учреждение, подведомственное федеральным органам исполнительной власти, использует бюджетные средства исключительно через лицевые счета бюджетных учреждений, которые ведутся Федеральным казначейством.
- Бюджетное учреждение не имеет права получать кредиты (займы) у кредитных организаций, других юридических и физических лиц, из бюджетной системы РФ.

В подавляющем большинстве случаев управлением ООПТ в РФ занимаются государственные бюджетные учреждения разных уровней, а также государственные органы исполнительной власти разных уровней (чаще всего региональные министерства по охране окружающей среды или администрации муниципальных образований). Бюджетное учреждение вправе осуществлять некоторые виды приносящей доход деятельности, в том числе связанные с предоставлением услуг посетителям.

Земельные участки, которые находятся в федеральной собственности и расположены в границах соответствующих функциональных зон национальных парков, могут предоставляться в аренду в целях осуществления рекреационной деятельности, в том числе физкультурно-оздоровительной и спортивной, гражданам и юридическим лицам в соответствии с земельным законодательством.

Граждане и юридические лица, которым предоставлены в аренду земельные участки на территории ООПТ, обязаны ежегодно проводить мероприятия по предотвращению вреда животным, растениям и окружающей среде, соблюдать режим особой охраны природной территории, согласованный с государственным бюджетным учреждением, осуществляющим управление ООПТ. Организационная форма юридического лица, которому предоставлена аренда земельного участка на территории ООПТ, может быть любой, и не ограничивается существующим

законодательством.

Среди типов юридических лиц, осуществляющих свою деятельность на ООПТ, можно назвать:

- публичные акционерные общества;
- общества с ограниченной ответственностью;
- общественные и религиозные организации;
- непубличные акционерные общества;
- коммандитные товарищества;
- сельскохозяйственные производственные кооперативы.

В контексте деятельности на ООПТ публичные акционерные общества, как правило, представлены санаториями, общества с ограниченной ответственностью – коммерческими предприятиями сельскохозяйственной отрасли. Религиозные организации могут осуществлять деятельность на ООПТ, в границах которых расположены культовые сооружения.

Финансовая структура ООПТ

Финансовая структура ООПТ состоит из доходной и расходной частей бюджета.

Расходная часть бюджета ООПТ состоит из двух разделов:

- финансирование операционной деятельности;
- финансирование стратегического развития.

Разграничение операционной деятельности и стратегического развития возможно рассматривать относительно функционального наполнения ООПТ. В этом случае операционная деятельность ООПТ – это совокупность мероприятий по реализации существующих функций, а стратегическое развитие ООПТ – это процесс создания и внедрения новых функций.

Доходная часть бюджета ООПТ может поступать из источников двух типов:

- публичное финансирование;
- частное финансирование.

Публичное финансирование ООПТ обосновывается производством общественного блага, следующего из таких целей ООПТ, как сохранение и поддержание экологического благополучия. Возможны две модели публичного финансирования:

- Модель внебюджетного финансирования за счет создания специализированного фонда. До 2001 года в России существовал Федеральный экологический фонд, который на уровне регионов дублировался Экологическими фондами субъектов федерации. Основным источником доходов Фонда была плата за загрязнение окружающей среды. Накапливаемые им средства шли исключительно на развитие ООПТ.
- Модель бюджетного финансирования с включением затрат на финансирование ООПТ в бюджетную роспись бюджета соответствующего уровня. В этом случае финансирование ООПТ является одним из возможных источников расходов наряду с любыми другими. Эта модель существует в России с 2001 года. Для структурирования расходов реализуется программный подход, увязывающий получение денежных средств с достижением целевых показателей управления. В случае публичного финансирования выделяемые денежные средства направляются в государственное бюджетное учреждение, управляющее ООПТ, в форме бюджетных ассигнований.

Деятельность ООПТ может также финансироваться из частных источников различных типов:

- Финансирование за счет предпринимательской деятельности может стать залогом финансовой устойчивости ООПТ. Основными категориями предпринимательской деятельности для ООПТ служат продажа товаров, предоставление услуг гидов, предоставление услуг по питанию и размещению, выдача разрешений на право работы на ООПТ и использование бренда ООПТ.
- Платежи, взимаемые с посетителей, – важный элемент финансирования деятельности ООПТ. Однако в этом случае прибыль аккумулируется не в бюджете ООПТ, а в бюджете органов публичной власти, откуда может быть перераспределена в бюджет ООПТ. Процесс взимания платы за посещение ООПТ федерального уровня регулируется с 2013 г.: размер платы должен быть утвержден Министерством природных ресурсов и экологии РФ и опубликован на официальных сайтах национальных парков и заповедников.
- Финансирование на основе грантов и пожертвований – самая неустойчивая форма привлечения денежных средств. Развитая система грантов характерна для наднациональных организаций, таких как Европейский союз, а система пожертвований получила развитие в США, где она связана с налоговыми вычетами. В целом этот источник не является механизмом формирования устойчивой и сбалансированной программы развития.
- Государственно-частное партнерство (ГЧП) служит механизмом финансирования инфраструктурных проектов, в том числе на ООПТ. Существуют различные типы ГЧП в зависимости от объема выполняемых частным бизнесом работ. Ключевым фактором является различие между концессией и неконцессионными формами ГЧП. В концессии недвижимое имущество остается в собственности государства, что ограничивает инвестиционные возможности частного бизнеса.

Экотуризм на особо охраняемых природных территориях

Развитие туризма в XX веке привело к появлению множества его видов. Разновидности туризма можно сгруппировать с точки зрения туристического опыта, то есть фокуса туристического продукта (на маршрутах или пунктах назначения) и ключевой потребности (характеристиках туристического продукта или самих туристов):

- виды туризма по специальным потребностям аудитории (для маломобильных групп населения, альтернативный туризм вдали от основных туристических маршрутов);
- виды туризма по способу передвижения (велосипедный, железнодорожный, на круизных лайнерах);
- виды туризма по пункту назначения (городской, сельский, гастрономический, культурный);
- виды туризма по характеру взаимодействия с природной средой (экотуризм, геотуризм, устойчивый туризм, оздоровительный туризм, туризм в дикой природе).

Таким образом, экотуризм можно охарактеризовать как разновидность туризма, в которой для аудиторши ключевую роль играет возможность контакта с природной средой. Такое определение в разных, но близких по смыслу формулировках устанавливают ключевые международные документы:

- по определению Международного союза охраны природы (МСОП, или IUCN) – «путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности»;
- по определению Международного общества экотуризма (The International Ecotourism Society, TIES) – «ответственное путешествие

на природные территории, которое содействует сохранению окружающей среды, улучшает благосостояние местного населения и имеет просветительский и образовательный аспект»;

- по определению Всемирного фонда дикой природы (Wildlife World Fund, WWF) – «туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения».

В России нет законодательного определения экотуризма.

Туризм определяется соответствующим федеральным законом как «временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания». В законодательстве разграничиваются категории туриста и экскурсанта. Турист – лицо, которое покидает место своего проживания более чем на 24 часа и менее чем на 6 месяцев, а экскурсант – лицо, покидающее место проживания менее чем на 24 часа. Понятие «экоэкскурсий» не получило распространения, поэтому в понятие «экотуризм» уместно включать как природный туризм, так и природные экскурсии.

Вместе с тем, определение экологического туризма содержится в государственном стандарте ГОСТ Р 56642–2015 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» – это «деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобретение к природе при стремлении к ее сохранению».

На основе рассмотренных определений возможно два способа соотнесения экотуризма относительно ООПТ:

- с одной стороны, экотуризм может пониматься в широком смысле – как форма путешествия по любым сохранившимся в естественном виде природным территориям;
- с другой стороны, экотуризм можно рассматривать как туры или экскурсии исключительно в границах ООПТ.

В разных странах может реализовываться разная природоохранная политика. Российская система ООПТ создает стимулы для наделения охранным статусом всех сохранившихся природных территорий в ареалах расселения людей. Таким образом, с точки зрения российской специфики уместно использование второго подхода.

Принципы экотуризма

Международное общество экотуризма выделяет принципы экотуризма, распространяющиеся на всех участников процесса:

- минимизировать физические, социальные, поведенческие и психологические последствия для окружающей среды и общества;
- повышать экологическую и культурную осведомленность и уважение;
- обеспечивать положительный опыт как для посетителей, так и для принимающей стороны;
- создавать финансовые ресурсы для сохранения природного наследия;
- создавать финансовые выгоды для местного населения и частного сектора;
- предоставлять посетителям качественный познавательный опыт, который поможет повысить осведомленность о политическом, экологическом и социальном климате принимающих стран;
- проектировать, строить и эксплуатировать объекты с низким уровнем воздействия на окружающую среду;
- признавать гражданские права и духовные ценности коренных народов и работать в партнерстве с ними, чтобы создать новые возможности для их процветания.

Эти принципы направлены на достижение баланса между интересами сохранения природной среды, развития местных сообществ и интерпретации природного наследия широкой аудиторией.

Динамика туризма на российских ООПТ

По данным Ростуризма, в стране наблюдается умеренный рост интереса к экотуризму (туризму на ООПТ). С 2011 по 2017 г. число посетителей ООПТ выросло на 50 %. Тем не менее, доля экотуризма в общей структуре российского туристского рынка составляет всего 1 %.

В 2018 г. ООПТ федерального значения посетили более 11 млн. российских и иностранных туристов, из них:

- 42 % посетили дендрологические и ботанические сады;
- 32 % посетили заповедники;
- 25 % посетили национальные парки;
- 1 % посетили другие категории ООПТ.

Типология некоторых туристских продуктов

Организация туристического продукта	Вокруг пункта назначения	<ul style="list-style-type: none"> – Велосипедный туризм – Велознодорожный туризм – Туризм на круизных лайнерах 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">– Экотуризм</div> <ul style="list-style-type: none"> – Геотуризм – Устойчивый туризм – Оздоровительный туризм – Туризм в дикой природе
	Вокруг маршрута	<ul style="list-style-type: none"> – Городской туризм – Сельский туризм – Гастрономический туризм – Культурный туризм 	<ul style="list-style-type: none"> – Туризм для маломобильных групп населения – Альтернативный туризм
		Возможные объекты показа	Возможные активности
		Ценность туристического продукта	

Взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с бизнесом при осуществлении хозяйственной деятельности на ООПТ

Действующее законодательство предусматривает целый ряд механизмов, направленных на упорядочение взаимодействия российского бизнеса и государства (государственных органов и / или учреждений) при осуществлении хозяйственной и иной экономической деятельности. Их можно разделить на две группы.

Первая группа — так называемые кластерные механизмы, которые являются составной частью правового режима определенной территории (зоны территориального развития, территории опережающего развития, особые экономические зоны, промышленные кластеры и индустриальные парки и проч.).

На практике применение данных механизмов на ООПТ затруднительно и далее они не рассматриваются, поскольку:

- принятие решения о введении на определенной территории особого правового режима требует значительного времени, влияния и ресурсов;
- ряд подобных механизмов не коррелируют либо прямо противоречат режиму охраны природной среды, установленному в том или ином виде на всех ООПТ (яркий пример — последствия введения особой экономической зоны в районе озера Байкал);
- многие территориальные зоны не только требуют инкорпорации инвестора, но и прямо запрещают ему создавать филиалы или представительства за пределами таких зон, что вряд ли устраивает большинство инвесторов.

Вторая группа — так называемые точечные механизмы, действующие в отношении конкретных объектов или групп объектов (соглашения о государственно-частном или муниципально-частном партнерстве, концессионные соглашения, договоры о развитии застроенной территории и проч.).

Именно данные формы взаимодействия будут рассмотрены далее. Не все из обозначенных механизмов

в полной мере могут быть использованы на ООПТ, яркий пример — договоры о развитии застроенной территории, которые де-факто применимы лишь в границах населенного пункта. На ООПТ возможны следующие механизмы государственно-частного партнерства:

- аренда;
- концессия;
- государственно-частное партнерство;
- государственные закупки;
- энергосервисный контракт;
- сервитуты и беститульное использование земельного участка.

Аренда

Правовые основания аренды:

- Земельный кодекс РФ (ст. 39.6);
- Федеральный закон от 14.03.1995 г. № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях» (далее — ФЗ «Об ООПТ»);
- Постановление Правительства РФ от 16.07.2009 г. № 582 «Об основных принципах определения арендной платы при аренде земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, и о Правилах определения размера арендной платы, а также порядка, условий и сроков внесения арендной платы за земли, находящиеся в собственности Российской Федерации»;
- приказ Минэкономразвития России от 06.07.2012 г. № 388 «Об установлении Порядка подготовки и заключения договоров аренды земельных участков, расположенных в границах специально выделенных участков биосферного полигона государственного природного биосферного заповедника»;
- приказ Минэкономразвития России от 12.07.2010 г. № 293 «Об установлении Порядка подготовки

и заключения договора аренды земельного участка, расположенного в границах функциональных зон национальных парков».

Сущность аренды состоит в том, что земельные участки на ООПТ, находящиеся в публичной собственности, могут быть предоставлены в аренду для осуществления рекреационной и / или туристической деятельности, если:

- такая деятельность не противоречит условиям осуществления хозяйственной деятельности на конкретной ООПТ (с учетом зонирования);
- речь идет об участках в национальных (природных) парках или участках на биосферных полигонах заповедников (прямой запрет есть лишь в отношении иной территории заповедников, а применительно к заказникам, дендрологическим паркам и ботаническим садам механизм аренды прямо не прописан — и не существует правоприменительной практики).

Механизм (ст. 10, 17 Закона об ООПТ): бюджетное учреждение отказывается от своего права постоянного бессрочного пользования земельным участком, и после этого заключается договор аренды. Проект договора готовится территориальным подразделением Федерального агентства по управлению государственным имуществом и согласовывается с Министерством природных ресурсов и экологии РФ.

По общему правилу участок предоставляется по итогам торгов (аукциона).

С точки зрения **сферы применения** аренда — наиболее регламентированный и доступный механизм, однако требует многочисленных согласований и применим не ко всем видам ООПТ.

Концессия

Правовые основания концессии:

- Федеральный закон от 21.07.2005 г. № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» (далее — Закон о концессиях);
- Постановление Правительства РФ от 09.02.2007 г. № 90 «Об утверждении примерного концессионного соглашения в отношении объектов культуры, спорта, организации отдыха граждан и туризма и иных объектов социально-культурного назначения».

Сущность концессии состоит в том, что по концессионному соглашению одна сторона (концессионер, инвестор) обязуется за свой счет:

- создать и / или реконструировать определенное имущество (недвижимое имущество или технологически связанные между собой недвижимое и движимое имущество, предназначенные для осуществления деятельности, предусмотренной концессионным соглашением [далее — объект концессионного соглашения]), право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать другой стороне (концеденту);
- осуществлять деятельность с использованием (эксплуатацией) объекта концессионного соглашения, а концедент обязуется предоставить концессионеру на срок, установленный этим соглашением, права владения и пользования объектом концессионного соглашения для осуществления указанной деятельности.

Выгода концессионера:

- по общему правилу получает продукцию и доходы, полученные в результате осуществления деятельности, предусмотренной концессионным соглашением;
- по общему правилу получает в собственность созданное в процессе концессионной деятельности движимое имущество (если оно не относится к объекту концессионного соглашения) и недвижимое имущество (если оно создано с согласия концедента и тоже не относится к объекту концессионного соглашения);
- если концессионный объект включен в прогнозный план приватизации федерального имущества, то концессионер имеет преимущественное право на его приватизацию.

Взамен инвестор по общему правилу:

- несет расходы на исполнение концессионного соглашения (в частности, обязан сам заключать договоры на поставку энергоресурсов, необходимых для исполнения концессионного соглашения);
- обязан платить установленную соглашением «концессионную плату», размер и порядок уплаты которой устанавливаются в каждом конкретном случае (это может быть определенная доля от доходов, получаемых инвестором в результате концессионной деятельности).

При этом необходимо учитывать следующее:

- изменение целевого назначения, залог или отчуждение объекта концессионного соглашения не допускается, инвестор несет риск случайной гибели объекта, и на него может быть возложена обязанность застраховать данный риск;
- срок соглашения устанавливается в каждом конкретном случае (от нескольких месяцев до нескольких лет) и может быть продлен не более чем на 5 лет;
- концессионером может быть не только индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, но и действующие по договору о совместной деятельности два и более юридических лица;
- инвестор вправе исполнять свои обязательства по соглашению как самостоятельно, так и с привлечением третьих лиц (в том числе передавать концессионный объект в пользование третьим лицам);
- объекты концессионного соглашения выбираются не только государственными органами (ежегодно до 1 февраля публикуется список объектов), но и по инициативе самих инвесторов. Среди объектов, в отношении которых может быть заключено концессионное соглашение, в частности, есть и используемые для организации отдыха граждан и туризма;
- по общему правилу концессионное соглашение заключается с победителем торгов, однако закон допускает целый ряд случаев установления концессии без их проведения (в частности, когда инвестор уже является арендатором земельного участка, на котором планируется осуществлять строительство).

С точки зрения **сферы применения**, в силу ч. 4.6 ст. 37 Закона о концессиях, в заключении концессионного соглашения может быть отказано в случае, если объект концессионного соглашения изъят из оборота или ограничен в обороте.

Тем не менее ограниченные в обороте земельные участки на территории ООПТ формально не являются объектами концессионного соглашения и предоставляются инвестору в аренду без проведения торгов, «в довесок» к заключению концессионного соглашения (при этом порядок расчета арендной платы прописывается в самом концессионном соглашении).

В связи с этим отсутствуют какие-либо формальные препятствия для заключения концессионных соглашений в отношении объектов на территории ООПТ (разумеется, при условии, что деятельность по созданию и реконструкции таких объектов не противоречит установленному в ООПТ зонированию). Недостаток данного механизма – в его организационной сложности. Преимущество – относительная гибкость, т. к. большинство условий деятельности инвестора (оплата, расходы и проч.) определяются в каждом конкретном случае.

Государственно-частное партнерство

Правовые основания государственно-частного партнерства:

- Федеральный закон от 13.07.2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Закон о ГЧП).

Сущность государственно-частного партнерства:

- по соглашению о государственно-частном (муниципально-частном) партнерстве частный партнер (инвестор) обязуется:
 - создать полностью или частично за счет собственных либо привлеченных средств являющееся объектом соглашения недвижимое имущество или технологически связанные между собой недвижимое и движимое имущество, предназначенное для осуществления деятельности, предусмотренной соглашением;
 - осуществлять эксплуатацию и (или) техническое обслуживание такого имущества, а публичный партнер обязуется предоставить частному партнеру права владения и пользования им для осуществления указанной в соглашении деятельности и обеспечить возникновение права собственности частного партнера на объект соглашения.

Концессия является одним из видов ГЧП, поэтому большинство требований к концессии справедливо и для ГЧП:

- объектом ГЧП может быть объект, предназначенный для отдыха и туризма;
- с инициативой выбора объекта и заключения соглашения может выйти как публичный, так и частный партнер;
- по общему правилу ГЧП оформляется по итогам торгов, однако в некоторых случаях закон не требует проведения торгов;
- земельный участок передается инвестору на правах аренды «в довесок» к заключению соглашения и проч.

Принципиальное же отличие заключается в следующем – в отличие от «жесткой» модели концессии,

в случае ГЧП практически все условия сотрудничества уславливаются в каждом конкретном случае, и на практике можно де-факто от модели ГЧП перейти к модели концессии:

- по общему правилу объект ГЧП переходит в собственность частного инвестора, однако в соглашении о ГЧП можно прописать, что объект остается за публичным партнером (в случае с концессией такой переход в принципе невозможен);
- частный инвестор не обязан вносить «плату за ГЧП», однако в соглашении о ГЧП ее все равно можно прописать;
- можно корректировать объем обязательств частного инвестора (освободить его от обязанности по эксплуатации объекта или, наоборот, обязать его эксплуатировать объект с соблюдением объемов производства товаров / оказания услуг и проч.).

Частные отличия от концессии:

- на стороне инвестора не могут выступать компании, находящиеся под контролем РФ, субъекта РФ или муниципального образования;
- минимальный срок ГЧП – три года;
- объект ГЧП нельзя отчуждать, но он может быть предметом залога по соглашению с кредиторами, финансирующими частного партнера (и у публичного партнера есть преимущественное право выкупа объекта ГЧП). В концессии же предметом залога могут быть лишь права инвестора по концессионному соглашению – и то при соблюдении ряда условий.

С точки зрения сферы применения государственно-частного партнерства, в силу ч. 2.5 ст. 7 Закона о ГЧП, не может быть объектом ГЧП имущество, которое по закону должно находиться в публичной собственности, и / или имущество, принадлежащее государственному бюджетному учреждению на праве оперативного управления.

Как и в случае с концессией, ограниченная оборотоспособность земельных участков на ООПТ формально не является препятствием механизма ГЧП. Однако имеются другие препятствия – если речь идет о реконструкции недвижимых объектов, то они принадлежат учреждению ООПТ на праве оперативного управления и, как следствие, в принципе не могут быть объектом ГЧП.

Таким образом, на сегодняшний день единственный возможный вариант – создание частным инвестором объекта ГЧП «с нуля» – в этом случае именно за инвестором будет сохранено право собственности на объект ГЧП (однако могут быть сложности с продлением срока аренды земельного участка).

Государственные закупки

Правовые основания государственных закупок:

- Федеральный закон от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Закон № 44-ФЗ) (если закупки осуществляются за счет субсидий из бюджета);
- Федеральный закон от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (далее – Закон

№ 223-ФЗ) (если закупки осуществляются за счет средств, полученных учреждением от собственной деятельности).

Сущность государственных закупок состоит в том, что бюджетное учреждение, управляющее ООПТ, может «напрямую» заказать выполнение определенных работ (например, создание или реконструкцию туристических объектов) или услуг (например, оказание туристических и логистических услуг) при использовании конкурентных механизмов, описанных в Законе № 44-ФЗ и Законе № 223-ФЗ (закупка у единственного поставщика допускается в исключительных случаях).

В случае выполнения работ по созданию или реконструкции объектов капитального строительства право собственности на результат таких работ остается у заказчика. На время оказания услуг / выполнения работ исполнитель может получить земельный участок на ООПТ в безвозмездное пользование (ст. 39.10 Земельного кодекса РФ) при условии, что закупки осуществляются по Закону № 44-ФЗ, т. е. за счет субсидий из бюджета.

С точки зрения сферы применения государственные закупки – наиболее распространенный механизм. Недостаток – в отличие от ГЧП и концессии, исполнитель (инвестор) де-факто не может повлиять на условия заказа и вынужден «соглашаться на то, что есть».

Энергосервисный контракт

Правовые основания энергосервисного контракта:

- Федеральный закон от 23.11.2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (глава 5) (далее – Закон об энергосбережении).

Сущность энергосервисного контракта: по этому соглашению исполнитель берет на себя обязательства

организовать и провести мероприятия, которые позволят заказчику более рационально и экономично использовать потребляемые энергоресурсы. В случае заключения энергосервисного контракта с бюджетным учреждением, управляющим ООПТ, применяется порядок, описанный в Законе № 44-ФЗ. Перед заключением такого контракта необходимо предварительно провести так называемое энергообследование (ст. 15 Закона об энергосбережении).

С точки зрения сферы применения энергосервисный контракт на ООПТ возможен лишь в случае госзакупки услуг по поставке энергоресурсов.

Сервитуты и беститульное использование земельного участка

Правовые основания сервитутов и беститульного использования земельных участков:

- Земельный кодекс РФ (глава V.3 – сервитут, глава V.6 – беститульное использование участка).

Сущность сервитутов и беститульного использования земельных участков состоит в том, что доступ к земельному участку на ООПТ на некоторое время также можно получить:

- за плату – при заключении соглашения

об установлении сервитута (только для размещения линейных объектов, объектов связи, информационных конструкций или защитных учреждений, не препятствующих разрешенному использованию земельного участка);

- бесплатно – при получении разрешения на использование участка «без предоставления земельных участков или установления сервитутов» (для ремонта линейных объектов и коммуникаций, размещения нестационарных торговых объектов или для создания и реконструкции временных сооружений, не являющихся объектами капитального строительства).

С точки зрения сферы применения сервитуты и беститульное использование земельного участка применяются в исключительных случаях – как правило, для размещения и ремонта линейных объектов, которые идут сразу через множество земельных участков, аренда которых экономически нецелесообразна.

Система социокультурного программирования

Методология социокультурного программирования

Методология социокультурного программирования

- образована двумя основными элементами:
- активация ключевых заинтересованных участников;
 - разработка программы территории.

Активация ключевых заинтересованных участников

С точки зрения особо охраняемых природных территорий, можно выделить три группы ключевых заинтересованных участников, для которых необходимо создать четыре программы работы. Это следующие группы:

- жители сопредельных территорий и население ООПТ;
- партнерская сеть – как коммерческие (предприниматели), так и некоммерческие партнеры (исследовательские центры);
- потенциальные посетители ООПТ, ориентированные на экотуризм и экопросвещение.

Очевидно, что одни и те же люди могут выступать в составе разных заинтересованных групп. Так, местные жители могут быть и посетителями и коммерческими партнерами. Тем не менее с точки зрения разработки модели активации, стоит разделять заинтересованных участников в зависимости от того, какой конкретный интерес они представляют. Местный житель, ставший посетителем, будет заинтересован в качественном туристском продукте или экопросветительской программе в той же степени, в какой и внешний посетитель. У него же как у местного жителя есть специфические требования к территории, которые не связаны напрямую с экотуризмом или экопросвещением. Аналогичным образом ожидания партнеров образуют особую группу требований к развитию, которые отличаются от требований остальных групп ключевых заинтересованных сторон. Таким образом, можно выделить четыре направления активации:

- вовлечение местных жителей и локальных сообществ;
- развитие сети коммерческих и некоммерческих партнеров;
- разработка экотуристских продуктов;
- разработка программ экопросвещения.

Специфика экопросвещения требует его выделения в отдельное направление. В то же время принципы работы с коммерческими и некоммерческими партнерами являются одинаковыми. Администрации ООПТ могут проводить работу с бизнесом и представителями академического сообщества отдельно, но принципиальный алгоритм взаимодействия будет одинаковым.

Вовлечение местных жителей проводится в несколько шагов:

- диагностика существующего положения;
- разработка инструментов информирования местных жителей;
- разработка механизмов консультирования с местными жителями.

Шаги по развитию сети коммерческих и некоммерческих партнеров:

- создание лицензируемого товарного знака;
- создание центра развития;
- создание ассоциации партнеров.

Шаги по разработке экотуристских продуктов:

- анализ потенциала территории;
- выявление уникального торгового предложения территории;
- формирование программы продвижения экотуристского продукта.

Шаги по разработке программы экопросвещения:

- определение проблемной ситуации;
- разработка педагогических механик;
- реализация программы.

Разработка программы территории

Ключевые заинтересованные участники должны активироваться в рамках единого проекта, которым является программа территории. Программа территории – это набор целевых моделей деятельности людей на данной местности, которые обладают общественной значимостью. Программа территории побуждает участников активироваться и способствует их вовлечению в развитие ООПТ.

Разработка программы территории проводится в несколько этапов:

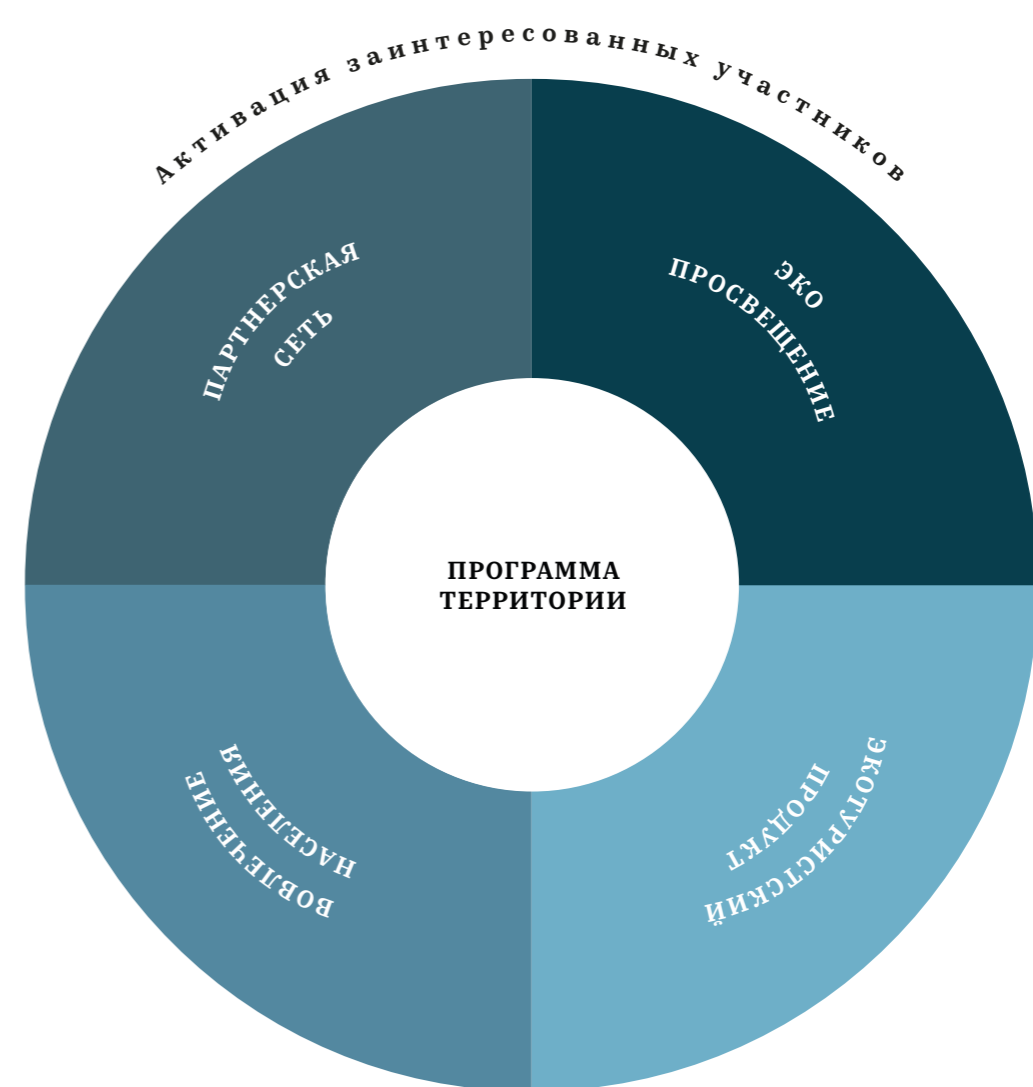
- выявление ключевых особенностей территории;
- сегментирование целевых аудиторий, исходя из выявленных особенностей;

– определение ценностного предложения территории для данных целевых аудиторий.

Программа территории подразумевает систематизацию человеческой деятельности. Не все участки ООПТ открыты для посетителей – и потому только отдельные участки ООПТ могут быть предметом социокультурного программирования. Таким образом, программа территории охватывает только участки ООПТ, открытые для доступа посетителей – и предназначенные для развития. В основе данного алгоритма лежит концепция пользовательского опыта, которая может быть использована и для управления

взаимодействием с отдельными исследовательскими коллективами, которые имеют доступ в закрытые для посещения участки ООПТ. Однако ввиду четкого разделения функций охраны природы и развития рекомендуется не использовать терминологию социокультурного программирования в отношении мероприятий на охраняемых участках.

Система социокультурного программирования



Вовлечение населения

С людьми, проживающими на ООПТ или в непосредственной близости от нее, нужно выстраивать отношения, налаживать взаимодействие. Накопленный опыт управления и развития ООПТ показывает, что необходимо учитывать интересы местных жителей, а также привлекать их к деятельности на территории. ООПТ не только должна способствовать сохранению природной среды, развитию исторических и культурных ресурсов, но и вовлекать в это местных жителей.

Ключевые принципы



Вовлеченность

В рамках взаимодействия с местным населением нужно рассматривать различные возможности его привлечения, использование его навыков и знаний: «народной памяти» о легендах, мифах и истории места.



Способность к диалогу

В основе этого принципа – возможность слышать идеи, пожелания и предложения людей относительно деятельности ООПТ без навязывания уже готового решения. Любое решение должно быть результатом открытого диалога.



Стремление к компромиссу

В основе этого принципа – стремление к нивелированию конфликтов и нахождению точек интереса для всех стейкхолдеров. Между всеми сторонами необходимо выстраивать доверительные отношения.



Поддержка низовых инициатив и идей

В основе этого принципа – создание возможности поддержки и реализации идей местного населения.



Открытость

Администрация ООПТ должна информировать местное население обо всех существующих и потенциальных возможностях и обо всем происходящем на ООПТ: ограничениях, инициативах, льготах. Местные жители должны знать, зачем существует ООПТ, какие виды обитающих там животных и растений находятся под охраной, какие природные или исторические особенности сохраняются и природоохранные ограничения существуют.



Развитие малого и среднего бизнеса

Привлечение как уже существующего бизнеса, так и потенциального для развития ООПТ и сопредельных территорий. Это не только ведет к росту экономики территории, но и создает новые рабочие места и привлекает новых людей.

Общая характеристика

Три ключевые проблемы, ведущие к появлению конфликтных ситуаций между местными жителями и администрациями ООПТ:

- Недостаток информации о деятельности, действующих ограничениях, а также возможностях ООПТ среди местных жителей.
- Ограничения по реализации имущественных прав для местных жителей, чьи населенные пункты находятся в границах ООПТ.
- Ограничения, связанные с использованием ООПТ, для людей, проживающих на территории населенных пунктов, выведенных из состава ООПТ.

Выбор уровня и инструментов взаимодействия с населением зависит от целевой аудитории: состава, сплоченности, интересов, задач. Существует ряд состояний аудитории.

- Нет организованных сообществ и активных лидеров мнений. Местные жители представляют сами себя, общим для всех является место жительства.
- Есть активные лидеры мнений или группа энтузиастов, которые обладают четкой позицией по определенным вопросам. Имеют сформулированную претензию или позицию, связанную с работой ООПТ.
- Есть сформированное сообщество со своими целями и задачами. Выстроить диалог с устоявшимися сообществами проще, чем с разобщенной группой людей.
- Есть малый бизнес или объединение малого бизнеса.

Информирование местного населения.

Базовый уровень взаимодействия с населением, когда до людей доводится информация о происходящих событиях или общая информация о территории. Для этого вида взаимодействия можно использовать различные каналы и инструменты. Это необходимый уровень взаимодействия.

Мероприятия, направленные на обсуждение вопросов с местным населением.

Включение людей в деятельность на территории за счет совместного обсуждения новых предложений, сбора обратной связи, знакомства, информирования.

Мероприятия, направленные на участие местного населения.

Мероприятия с целью взаимодействия с экспертизой местных жителей для различных процессов, происходящих на территории. Форматы могут быть разными: воркшопы, дизайн-игры. Цель таких мероприятий — более плотное включение людей в происходящие на территории события.

Мероприятия по активному вовлечению местного населения в деятельность на территории.

Активное вовлечение людей в процессы, происходящие на территории: привлечение к определенной деятельности, обучение, трудоустройство.

Мероприятия по поддержке входящих инициатив.

Обсуждение и помощь в реализации инициатив, поступающих от отдельных местных жителей, групп местных жителей, бизнеса.

Инструменты вовлечения

Антропологические / социологические исследования.

Инструмент, направленный на получение более детальной информации о населении, проживающем либо на ООПТ, либо в непосредственной близости от нее. Полученные данные необходимы для понимания своей аудитории, тех задач, которые можно решить благодаря взаимодействию с ней.

Анкетирование.

Должно проводиться на регулярной основе. Позволяет получить анонимную обратную связь и составить более полное представление о жизни на территории. Но без постоянного взаимодействия и поддержания интереса к деятельности территории есть риск получить мало обратной связи.

Выстраивание системы обратной связи с местными жителями.

Разработка релевантных каналов коммуникации, при использовании которых у местных жителей будет уверенность, что их мнение учитывается и их слышат.

Разработка миссии, целей и легенды ООПТ, понятных для местных жителей.

Разработка общих целей и легенды территории, которые могут объединить людей.

Внутренние каналы коммуникации.

В зависимости от ситуации и обстоятельств можно использовать разные каналы коммуникации с местным населением, возможно их комбинировать. Для начала необходимо определить цель коммуникации. Это могут быть социальные сети и сайт, афиши и другая печатная продукция, личные встречи, взаимодействие с лидерами мнений и «сарафанное радио».

Внешние каналы коммуникации.

Внешние источники информации, например медиа или сторонние ресурсы в Интернете, партнерские ресурсы.

Публичные встречи.

Инструмент более плотного взаимодействия с населением. Данный инструмент становится действенным при регулярном проведении. За счет публичных встреч можно выстроить доверительные отношения с местным населением, определить лидеров мнений и активистов, узнать об основных интересах и опасениях людей.

Воркшопы.

Мероприятия, направленные на достижение какой-то определенной цели — разработки проекта или идеи.

Лекции и образовательные мероприятия.

Мероприятия, направленные на просвещение местного населения. Могут проводиться с выступлением не только приглашенных экспертов в различных областях, но и местных жителей. Могут проводиться как в помещении, так и на территории.

Дизайн-игры.

Мероприятия, направленные на раскрытие творческого потенциала участников. Могут проводиться в рамках работы над брендингом территории или ее сувенирной продукцией.

Мероприятия по уходу за флорой и фауной.

Мероприятия, направленные на заботу и сохранение флоры и фауны ООПТ. Это может быть сбор мусора, высадка деревьев или патрули против браконьеров.

Мероприятия, направленные на сохранение историко-культурного наследия.

Мероприятия, направленные на восстановление, охрану и поддержание объектов архитектурного, исторического или культурного значения, находящихся на ООПТ.

Активные мероприятия с местными жителями.

Совместные мероприятия с местными жителями, которые носят развлекательный или спортивный характер. Например, фестиваль народных промыслов, соревнования по спортивному ориентированию, футбольный матч между селами или другими населенными пунктами.

Разработка совместных проектов с местными жителями.

Инструмент, позволяющий взаимодействовать с местными жителями на коммерческой и некоммерческой основе. Поддержка инициатив местных жителей по реализации проектов малого бизнеса: гестхаусов, экскурсий по территории, производства и реализации товаров местного производства.

Вовлечение и поддержка бизнеса.

Разработка системы взаимодействия и пр.

Проанализировать состояние аудитории

Определите, для каких целей вам нужно больше знать о проживающих в непосредственной близости жителях

Возможно несколько вариантов:

- Сбор общей информации для понимания состава и состояния аудитории. Для знакомства, прогнозирования или нивелирования конфликтов, информирования.
- Сбор более детальной информации для базисного вовлечения жителей в деятельность на территории. Для обсуждения различных вопросов, легитимизации определенных решений, привлечения на работу.
- Глубокий анализ потребностей и устремлений жителей. Для полноценного привлечения жителей для решения определенных задач на территории, совместного развития бизнеса, помощи в эксплуатации территории и управлении ею.

Определите существующее отношение местных жителей к деятельности ООПТ:


- Нейтральное. Самый распространенный вариант. Необходимо определить точки наибольшего интереса.
- Позитивное. Жители поддерживают миссию и цели ООПТ. Необходимо определить основные позитивные моменты и выстраивать коммуникацию на их основании.
- Негативное. Есть определенные конфликтные точки, которые нужно определить. В процессе коммуникации нужно достичь компромисса.

Проведите взаимодействие с жителями. В зависимости от состояния и настроения аудитории каналы коммуникации могут быть разными

- Антропологическое или социологическое исследование. Можно проводить своими силами, но можно и обратиться к сторонним лицам. Данный инструмент необходим для понимания и дальнейшего планирования взаимодействия с местными жителями.
- Выявление лидеров мнений и экспертов / специалистов по различным направлениям среди местных жителей.
- Проведение ряда офлайн-мероприятий, в рамках которых можно рассказать о деятельности и миссии ООПТ. В рамках данного мероприятия, а также перед и после необходимо провести опрос посредством анкет.
- Личные встречи и использование традиционных каналов коммуникации (телефон, почта).
- В зависимости от аудитории можно использовать диджитал-средства анализа аудитории. Анализ социальных сетей, просмотр основных групп по интересам.
- На основании поставленных задач, состава и состояния аудитории определите дальнейшую стратегию взаимодействия с населением. Возможны несколько уровней коммуникации.

Чек-лист. Пирамида

Данный опросник показывает, нужно ли проводить тот или иной процесс, а также отражает, какие ресурсы для этого потребуются, какие шаги нужно будет пройти.

	
Знаете ли вы численность, состав и состояние аудитории?	<input type="checkbox"/>
Знаете ли вы отношение аудитории к вам?	<input type="checkbox"/>
Знакомы ли вы с аудиторией?	<input type="checkbox"/>
Проводился ли опрос аудитории?	<input type="checkbox"/>
Проводился ли глубокий анализ?	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Реперные точки

Данный опросник проверяет, все ли необходимые этапы проведения мероприятия были пройдены

	
Определить отношение населения к деятельности ООПТ.	<input type="checkbox"/>
Определить цели взаимодействия с населением.	<input type="checkbox"/>
Определить уровень взаимодействия с населением.	<input type="checkbox"/>
Провести антропологическое / социологическое исследование аудитории.	<input type="checkbox"/>
Провести взаимодействие с населением, чтобы выявить основные точки взаимного интереса.	<input type="checkbox"/>
Прийти к компромиссу на основе точек взаимного интереса – разрешить конфликт – и зафиксировать их во внутренних каналах коммуникации.	<input type="checkbox"/>

Проинформировать аудиторию

Цель выстраивания системы информирования населения не только в распространении информации о деятельности территории, но и в создании атмосферы доверия и организации постоянного диалога между населением и администрацией ООПТ.

Определите цели информирования населения:

- Информирование о существующей деятельности или грядущих изменениях на ООПТ.
- Информирование с целью собрать обратную связь о существующей деятельности или грядущих изменениях на ООПТ.
- Информирование с целью обозначения возможности участия в существующей деятельности или грядущих изменениях на ООПТ.
- Информирование с целью вовлечения аудитории в существующую деятельность или грядущие изменения на ООПТ.

Определите инструменты информирования в зависимости от аудитории

Для достижения оптимального результата необходимо комбинирование нескольких каналов коммуникации:

- Внутренние диджитал-каналы коммуникации: сайт, социальные сети, мессенджеры.
- Внешние диджитал-каналы коммуникации: паблики, группы, форумы, медиа.
- Печатная полиграфия: афиши, билборды, объявления.
- Внешняя личная коммуникация: обход аудитории, «сарафанное радио» через лидеров мнений, телефонные звонки, рассылки.
- внутренняя личная коммуникация: проведение офлайн-мероприятий, воркшопы, фокус-группы.
- Публичные мероприятия.

Определите количество откликнувшихся на объявление

При информировании нужно призывать к конкретному действию для того, чтобы сложилось понимание, насколько действенны те или иные инструменты коммуникации:

- Активированная ссылка.
- Использованная форма обратной связи.
- Посещаемость и активность в социальных сетях.
- Использованный купон или флаер.
- Посещаемость и участие в активностях на территории.
- Звонки и обращения по официальным каналам.
- Участие в офлайн-мероприятиях по вовлечению.


Соберите обратную связь

Для гармоничного развития территории сбор обратной связи важен даже при информировании. Если речь идет о проведении офлайн-мероприятий по взаимодействию с населением, всегда необходимо готовить отчет о проведенном мероприятии в формате аналитики или протокола. Он должен был выставлен публично на официальных ресурсах территории.

- Анкетирование.
- Анонимные формы обратной связи, офлайн и онлайн.
- Опросные листы в рамках публичных мероприятий.
- Сбор подписей.
- Высказанные мнения в социальных сетях на внутренних и внешних ресурсах.
- Реакция людей на те или иные предложения, не зафиксированные на бумажных носителях. Речь идет о публичных офлайн-мероприятиях, где модератор должен отслеживать настроение и реакции людей на те или иные предложения даже при невысказанном согласии или несогласии с определенными решениями.


Чек-лист. Пирамида

Данный опросник показывает, нужно ли проводить тот или иной процесс, а также отражает, какие ресурсы для этого потребуются, какие шаги нужно будет пройти. Как вы считаете...

	
Знают ли местные жители о предназначении территории?	<input type="checkbox"/>
Знают ли местные жители об ограничениях, существующих на территории?	<input type="checkbox"/>
Есть ли понимание о том, через какие каналы коммуникации нужно взаимодействовать с местными жителями?	<input type="checkbox"/>
Существует ли форма обратной связи с местными жителями?	<input type="checkbox"/>
Проще всего взаимодействовать с местными жителями через онлайн- и офлайн-инструменты коммуникации?	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Реперные точки

Данный опросник проверяет, все ли необходимые этапы проведения мероприятия были пройдены

	
Определить цель взаимодействия с местными жителями.	<input type="checkbox"/>
Определить каналы взаимодействия с местными жителями.	<input type="checkbox"/>
Составить информационное сообщение.	<input type="checkbox"/>
Провести информирование местных жителей, учитывая цель и инструменты взаимодействия.	<input type="checkbox"/>
Получить и проанализировать обратную связь.	<input type="checkbox"/>

Провести публичные мероприятия

Публичные мероприятия с участием местных жителей или личные встречи с ними очень важны не только для «очеловечивания» территории и нивелирования возможного существующего недоверия. Налаженный диалог дает возможность привлечения людей к развитию территории, реализовывать совместные инициативы, повышать уровень жизни не только территории, но и местных жителей.

Определите цель мероприятия:

- Мероприятие, направленное на знакомство с местными жителями / лидерами мнений / экспертами.
- Мероприятие, направленное на обсуждение идей, проектов и инициатив, поступающих со стороны администрации.
- Мероприятие, направленное на обсуждение идей, проектов и инициатив, поступающих со стороны местных жителей или других стейкхолдеров.
- Мероприятие, направленное на совместную разработку определенных решений, связанных с деятельностью ООПТ.
- Мероприятие, направленное на привлечение людей к коммерческой и некоммерческой деятельности.
-

Определите аудиторию мероприятия:

- Активисты и лидеры мнений.
- Представители администраций населенных пунктов, находящихся на или в непосредственной близости от ООПТ.
- Группы граждан, объединенные общим интересом (рыбаки, грибники, предприниматели).
- Малый и средний бизнес.
- Местные жители.

Определите дату и время проведения мероприятия.

Мероприятие должно проводиться в удобное для всех участников и нерабочее время, не в выходные и праздничные дни. В исключительных случаях возможен вариант с проведением мероприятия в выходной день.

Определите место проведения мероприятия и подготовьте для него площадку

Площадка для мероприятия подбирается в зависимости от его целей и задач. Ключевые характеристики, которыми она должна обладать: комфорт, транспортная доступность для выбранной аудитории, необходимая вместимость для выбранной аудитории. Кроме того, необходимо обеспечить следующие условия:

- Сидячие места (в зависимости от формата мероприятия мест потребуется от 20 до 100).
- Писчие принадлежности.
- Информационные или сопроводительные материалы (в зависимости от мероприятия это могут быть или опросные листы, или карты, или листы для командной работы).
- Микрофоны или другие средства, которые позволяют участникам быть услышанными на мероприятии (в зависимости от мероприятия требуется от 3 до 5 микрофонов).
- Фото-, видео- или звукозаписывающая аппаратура для фиксации происходящего.
- Проектор или другие средства для демонстрации визуальных или иных материалов всем присутствующим.
- Вода и минимальный кейтеринг.

Анонсирование мероприятия

Проводится как минимум за неделю до мероприятия, оптимальный срок – 10 дней. В анонсе должны быть четко сформулированы причины проведения мероприятия, возможности людей высказать свое мнение или повлиять на решение, другие подробности. Информирование населения может происходить за счет следующих каналов коммуникации:

- Обзвон местных жителей и лидеров мнений.
- Информация о мероприятии на сайте и в социальных сетях.
- Информационная рассылка по электронной почте и в мессенджерах.
- Информация о мероприятии на сторонних информационных ресурсах, в том числе и в медиа.
- Информация на доске объявлений, а также на других печатных носителях.

Проведение мероприятия

Каждое публичное мероприятие должно сопровождаться командой модераторов в составе 2–4 человек для осуществления полноценной дискуссии, в которой дается право высказать любое мнение. В рамках мероприятия модератор должен делать следующее:

- Встречать и приветствовать участников мероприятия.
- До официального начала мероприятия вести с ними неформальный разговор.
- В самом начале определить цели грядущего мероприятия, озвучить их, обозначить тайминг мероприятия и следить за его соблюдением.
- Обеспечить фото-, видео- и звуковую запись мероприятия.
- По возможности собрать контакты участников мероприятия, чтобы на их базе формировать устойчивую группу заинтересованных в развитии территории.
- Дать возможность высказать свои мысли и предложения представителям различных категорий людей (пожилые, дети, молодые, семейные и др.).
- Объяснить, как работать с сопроводительными материалами. В конце встречи собрать их.
- Поблагодарить участников мероприятия за продуктивную работу, ответить на поступающие вопросы.
-

Проанализировать собранные материалы


Необходимо учитывать все высказанные комментарии и предложения в итоговом анализе. Он показывает основные проблемные вопросы или направления работы участников мероприятия. Обнародовать собранную аналитику на внутренних информационных ресурсах.

Скорректировать изначальный проект или предложение в зависимости от высказанных комментариев, пожеланий или идей.

Интегрировать замечания и предложения, затем провести повторное мероприятие с местными жителями. Важно, что результатом взаимодействия с местными жителями должен стать компромисс относительно конкретного проекта или предложения. Следовательно, нельзя ограничиваться одним мероприятием, если поставленная цель не была достигнута. Приемлемым уровнем поддержки проекта или предложения может считаться одобрение 90 % участников мероприятия.


Чек-лист. Пирамида

Данный опросник показывает, нужно ли проводить тот или иной процесс, а также отражает, какие ресурсы для этого потребуются, какие шаги нужно будет пройти. Как вы считаете...

	
Готовы ли люди встретиться с администрацией территории?	<input type="checkbox"/>
Установлены ли доверительные отношения между администрацией и местными жителями?	<input type="checkbox"/>
Знаете ли вы о существующих промыслах или культурных особенностях местных жителей, которые стоит развивать?	<input type="checkbox"/>
Хотят ли местные жители сотрудничать с администрацией?	<input type="checkbox"/>
Хотят ли местные жители быть задействованы в сфере туризма или развития территории?	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Реперные точки

Данный опросник проверяет, все ли необходимые этапы проведения мероприятия были пройдены

	
Определить цель взаимодействия с местными жителями.	<input type="checkbox"/>
Определить формат взаимодействия с местными жителями.	<input type="checkbox"/>
Проинформировать местных жителей о мероприятии.	<input type="checkbox"/>
Подготовить повестку мероприятия.	<input type="checkbox"/>
Подготовить площадку для мероприятия.	<input type="checkbox"/>
Подготовить сопутствующие инструменты и сопроводительные материалы для проведения мероприятия.	<input type="checkbox"/>
Провести мероприятие.	<input type="checkbox"/>
Проанализировать полученные результаты и опубликовать их.	<input type="checkbox"/>
Добиться компромисса с местными жителями (в противном случае повторить).	<input type="checkbox"/>
Реализовать идею / проект / начинание.	<input type="checkbox"/>

Партнерская сеть

Формирование сети партнеров позволяет руководству ООПТ усилить экспертизу и компетенции в тех направлениях, на которые у руководства не хватает ресурсов в рамках штатного расписания. К таким партнерам можно отнести коммерческие предприятия (предпринимателей), некоммерческие исследовательские и музейно-выставочные центры, а также туристических операторов. Внедрение единых принципов работы со всеми партнерами станет залогом устойчивого взаимодействия в рамках единой сети.

Ключевые принципы



Уникальность.

Необходимо выделить уникальные качества территории ООПТ. Природные объекты, культура и история места, событийная программа или специальная инфраструктура – всегда найдется то, что отличает территорию от других и может привлечь свою аудиторию.



Совместная ответственность

Консолидация общей ответственности за место, которая должна воплощаться не только в бережном отношении к флоре и фауне, но и в нахождении общего интереса и в совместной работе над достижением поставленных целей.



Долгосрочное целеполагание.

Чтобы гарантировать конкурентоспособность на длительный срок, стратегия развития ООПТ должна строиться на понимании трендов и прогнозировании ожиданий целевых аудиторий будущего, а не только удовлетворять потребности и интересы посетителей в настоящий момент.



Адаптивность.

Стратегия развития туризма в конкретной ООПТ и ее продуктовая линейка не статичны и не фиксируются навсегда после разработки. Сбор подробной аналитики по результатам туристического сезона позволит гибко настраивать сервисы под предпочтения аудитории и рационально управлять бюджетом на развитие.



Прототипирование.

Глобальные инвестиции в развитие и запуск ресурсоемких продуктов должны предваряться периодом проверки гипотезы через проведение тестовых мероприятий, сбор аналитики и обратной связи от посетителей.



Независимость

В рамках взаимодействия с партнерами необходимо сохранять полную, в том числе эмоциональную, независимость и отчужденность от обстоятельств и заинтересованных участников.



Общий интерес

В основе этого принципа – выявление ключевых интересов партнеров и совместная работа по их развитию.

Общая характеристика

Создание развернутой партнерской сети – залог успеха при создании туристического объекта в рамках ООПТ:

- При помощи партнеров можно качественно улучшить и разнообразить комплексный туристический продукт, создающийся на территории. Комплексный туристический продукт ООПТ – это совокупность всех услуг, которые турист получает во время путешествия. В него входят не только собственно впечатления от уникальной природы, но также транспорт, питание, проживание, разнообразные дополнительные сервисы и товары, приобретаемые на территории. Вовлечение в совместную работу организаций, связанных с созданием этого набора услуг, – необходимый этап разработки продуктовой линейки.
- При организации туристической деятельности необходимо обеспечить устойчивое развитие, а значит – требуется учитывать интересы населения, проживающего в границах ООПТ и на примыкающих территориях. При правильном вовлечении в проект местное население может стать ценным ресурсом для поддержания экологического баланса территории, источником трудовых кадров и сопутствующих сервисов.

- Партнеры необходимы для продвижения и организации продаж туристического продукта. Туроператоры, агентства и экскурсионные бюро обеспечивают значительный поток туристов на территорию, также их способы продвижения часто более гибкие, чем у администрации ООПТ, – например, они могут предлагать скидки, пакеты услуг и программы лояльности.

Партнеров можно разделить на два типа: существующие и потенциальные. Если существующие партнеры уже присутствуют на ООПТ, то для потенциальных партнеров нужны механизмы привлечения и поддержки. Если на раннем этапе реализации программы развития партнерской сети акцент делается на работе с существующими, то в дальнейшем он смещается на создание условий для прихода новых партнеров.

Алгоритм поиска потенциальных партнеров

- С точки зрения сферы деятельности партнеров можно разделить на три типа:
- партнеры из коммерческого сектора;
 - партнеры из числа сообществ и экспертов;
 - партнеры из сферы туристического бизнеса.

Партнеры из коммерческого сектора

Размещение	Питание	Транспорт	Производственные туристические предприятия
Гостиницы	Рестораны	Автопредприятия	Сувенирное производство
Кемпинги	Кафе и бары	Авиация	Народные промыслы
Туристические базы и дома отдыха	Точки уличного питания	Железные дороги	Туристическое снаряжение
Пансионаты		Морской и речной транспорт	Полиграфия
Торговля	Досуг	Самостоятельный туризм	Учебные заведения
Магазины сувениров	Кино	Туристические клубы	Образовательные учреждения высшего и среднего профессионального образования научно-исследовательские и проектные институты в области природоохраны и природопользования
Магазины снаряжения	Концертные площадки	Велосипедные, конные клубы	
Пункты проката	Спортивные залы	Альпинистские клубы	
	Бани и сауны	Водные клубы	
		Спелеологические клубы	

Партнеры из числа сообществ и экспертов

Ремесленные	Экспертные	Спортивные	Экотематика
Гончары	Краеведы	Велосипедисты	Зоозащитники
Столяры	Историки	Спортивное ориентирование	Наблюдение за птицами
Кузнецы	Этнографы	Походники	Против мусора
Шитье и вышивка		Йога и ЗОЖ	Раздельный сбор мусора
Ювелиры			
Локальная гастрономия			
Плетение из бересты			

Творческие	Волонтерские	Локальные
Фотолюбители	Молодежные волонтерские центры	Землячества
Блогеры		Жители примыкающих территорий
Художники	Волонтеры серебряного возраста	
Музыканты		
Театр и перформанс		
Скульптура и public art		
Дизайнеры		

- Различные сообщества – это единственный ресурс для создания разнообразной событийной программы на территории. Составление реестра сообществ осуществляется через поиск по социальным сетям, поскольку единой базы неформальных объединений не существует. Вовлечение местных сообществ придаст туристическому продукту настоящую индивидуальность и уникальный колорит:
- Ремесленники, гастрономы, представители творческих сообществ и землячества могут стать резидентами ярмарок, фестивалей местной культуры, обучающих программ и мастер-классов.
 - Спортивные сообщества могут стать участниками или инициаторами соревнований, марафонов и ретритов, что привлечет на территорию дополнительный сегмент аудитории, увлеченной спортом.
 - Экологические сообщества и волонтеры могут быть вовлечены в программы по обустройству территории, экологической устойчивости и наблюдению за флорой и фауной под руководством профессиональных экологов.
 - Историки, краеведы, географы, фотографы могут объединиться для создания познавательной литературы, курсов лекций и экскурсий как для туристов, так и для местных жителей.
 - Совместная работа представителей коммерции и сообществ может запустить процесс разработки уникальных товаров и услуг.

Партнеры из сферы туристического бизнеса

Задача продвижения и продажи туристического продукта требует привлечения партнеров из сферы туристического бизнеса.

Федеральные, региональные и локальные представители туристической отрасли:

- составляют сеть дистрибуции турпродукта ООПТ;
- организуют приток посетителей на территорию;
- формируют разнообразные пакетные предложения из возможного спектра сценариев посещения для разных целевых групп.

У ООПТ с туристическими компаниями должна быть налажена система взаимодействия по бронированию услуг, а также сбору аналитической информации о посетителях.

Механизмы взаимодействия с партнерами и их координации

Необходимо провести перед всеми представителями туристического сектора презентацию бренда, легенды и ключевых ценностей и целей проекта и в дальнейшем способствовать тому, чтобы все публичные коммуникации происходили в рамках единой медиастратегии, чтобы совместно формировать имидж территории.

Базовыми формами взаимодействия могут стать:

- стратегические сессии по разработке видения проекта и его продуктовой линейки;
- применение методов фасилитации в местном малом и среднем бизнесе для интеграции их продуктов и услуг в комплексный туристический продукт территории;
- рабочие группы по конкретным направлениям развития;
- семинары и воркшопы по выработке и внедрению единой стратегии продвижения.

На стартовом этапе, чтобы опробовать векторы развития и оценить объем потенциального спроса, можно рекомендовать проведение тестовых мероприятий:

- ярмарок местных товаров;
- выставок новых туристических продуктов;
- творческих фестивалей;
- пробных продаж через турфирмы новых видов услуг и сервисов.

Такой подход позволит без серьезных материальных вложений на деле оценить востребованность и реализуемость предлагаемых инициатив.

Работа первичного пула партнеров должна публично освещаться в СМИ и привлекать новые компании, экспертов и сообщества для дальнейшего совершенствования проекта.

В дальнейшем, когда проекту потребуется масштабирование, можно обратиться к практике проведения road show для инвесторов и компаний из других регионов, а также презентации проекта на инвестиционных форумах.

Формирование единого центра ответственности и координации работ

Должна быть создана платформа для взаимодействия всех партнеров и стейкхолдеров проекта и единый центр координации работы и сбора инициатив. Из числа участников и партнеров проекта, экспертов и других активно вовлеченных в проект субъектов должна быть сформирована команда проекта.

Команда проекта должна выполнять следующие функции:

- контроль реализации намеченных инициатив;
- формирование критериев мониторинга работы и регулярный сбор данных от партнеров;
- консолидация, продвижение, поощрение внедрения лучшего опыта и стандартов гостеприимства и туристических услуг;
- привлечение общественного внимания к развитию региональной туристической индустрии и активное взаимодействие с другими направлениями;
- своевременная доработка стратегии продвижения и вовлечение новых партнеров в проект.

Участникам команды необходимо иметь возможность совершенствовать собственные компетенции через обучающие программы в сфере территориального маркетинга и обмен опытом с командами других ООПТ.

Совместное продвижение с партнерами и другими ООПТ региона

ООПТ может также использовать партнерскую сеть для продвижения своего туристского продукта. Необходимо выбирать для этих задач партнеров со схожей целевой аудиторией, которые не противоречат стратегическому видению проекта и не размывают его.

ООПТ одного региона также могут выстроить программу совместного продвижения, независимо от того, являются они автономными точками притяжения аудитории, или работают на продвижение регионального продукта в целом.

Возможные форматы взаимодействия:

- обмен рекламно-информационными баннерами на сайтах;
- включение материалов в почтовые рассылки;
- спецпредложения для покупателей и посетителей;
- полезные статьи и исследования, затрагивающие оба продукта;
- совместные конкурсы;
- взаимное распространение печатных материалов на мероприятиях и в визит-центрах.

1


Создать лицензируемый товарный знак

Выдача лицензии на использование товарного знака при условии следования рекомендациям позволит выявить круг существующих партнеров.

- Разработка единых стандартов для соответствия продукции требованиям потребителей.
- Маркетинговый анализ и изучение рынка.
- Разработка зонтичного бренда продукции и его продвижение.


Чек-лист. Разработка единых стандартов

Единый стандарт может касаться широкого круга вопросов, но особое внимание следует уделить следующим:

	
Экологически ответственное поведение и использование экологически чистых материалов.	<input type="checkbox"/>
Стандарты взаимодействия с клиентами.	<input type="checkbox"/>
Рекомендации по разработке дизайн-системы.	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Маркетинговый анализ

Анализ туристического спроса и выявление рыночных ниш, наиболее перспективных для развития на данной ООПТ:

	
Форматы нишевого туризма.	<input type="checkbox"/>
Внимание к объектам культурного наследия.	<input type="checkbox"/>
Акцент на определенных темах.	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Разработка зонтичного бренда

Предоставляемые услуги могут стать частью единого бренда, в рамках которого следует использовать типовой фирменный стиль и айдентику, а также обмениваться новостными сюжетами в социальных сетях с партнерами:

	
Анонсы мероприятий.	<input type="checkbox"/>
Знаковые события.	<input type="checkbox"/>
Тематические подборки.	<input type="checkbox"/>


Создать центр кластерного развития

Центр кластерного развития создаст дополнительные стимулы для расширения деятельности существующих партнеров, а также снизит барьеры для прихода на ООПТ новых партнеров.

- Правовая консультационная поддержка партнеров ООПТ.
- Сопровождение в реализации проектов.
- Организация и проведение тренингов, семинаров с целью обучения партнеров.

Чек-лист. Правовая консультационная поддержка


Учитывая широкий круг потенциальных партнеров, необходимо предусмотреть различные типы юридической консультации:

	
Индивидуальная предпринимательская деятельность на ООПТ.	<input type="checkbox"/>
Взаимодействие малого и среднего бизнеса с ООПТ.	<input type="checkbox"/>
Разрешенные виды деятельности на ООПТ.	<input type="checkbox"/>

Консультации должны строиться вокруг требований, предъявляемых конкретным ООПТ, и участникам должны предлагаться пакетные решения.


Чек-лист. Сопровождение в реализации проектов

В дополнение к юридической консультации на ООПТ может действовать также бизнес-акселератор, оказывающий поддержку отдельным предпринимательским инициативам на конкурсной основе. Основными направлениями поддержки могут быть:

	
Помощь в разработке бизнес-планов.	<input type="checkbox"/>
Помощь в подготовке технико-экономических обоснований; помощь в выводе на ООПТ новых товаров и услуг.	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Организация и проведение тренингов

Для крупных партнеров могут проводиться коллективные мероприятия, направленные на обучение партнеров и обмен информацией между ними. Мероприятия могут быть разных форматов:

	
Тренинги в случае, если руководство ООПТ считает необходимым развитие каких-либо навыков у своих партнеров (в этом случае рекомендуется привлекать профессионального тренера – коуча, разбирающегося в тематике тренинга).	<input type="checkbox"/>
Семинары, если необходим обмен опытом (в этом случае рекомендуется привлекать профессионального модератора).	<input type="checkbox"/>


Создание партнерской ассоциации

Единая ассоциация, привлекающая всех партнеров, создаст условия для обмена информацией между ними и послужит драйвером новых инициатив, исходящих не от администрации ООПТ, а самих партнеров:

- Организация круглых столов и вебинаров, тематических конференций.
- Проведение информационных кампаний в СМИ совместно с партнерами.
- Появление на отраслевых выставочных площадках и продвижение на них продукции.


Чек-лист. Организация круглых столов

Исходя из потребностей партнеров, могут проводиться различные мероприятия, направленные на обмен информацией и расширение состава участников:

	
Круглые столы с привлечением как академического сообщества, так и представителей бизнеса для обсуждения актуальных вопросов развития и сохранения ООПТ.	<input type="checkbox"/>
Тематические конференции с фокусом на приобретение партнерами ООПТ новой информации от лекторов, обладающих экспертными знаниями.	<input type="checkbox"/>


Чек-лист. Проведение информационных кампаний

Могут проводиться как по конкретным информационным поводам, так по синхронизации медиаактивности партнеров и ассоциации:

	
Развитие бренда партнерской ассоциации как точки сборки всех коммуникационных кампаний партнеров с собственной новостной повесткой.	<input type="checkbox"/>
Использование ресурсов партнерской ассоциации для продвижения ключевых информационных поводов партнеров.	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Появление на отраслевых выставочных площадках

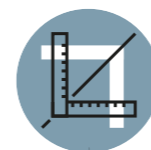
Учитывая многообразие существующих партнеров, присутствие ООПТ возможно на различных отраслевых выставочных площадках. Для этого предусматриваются две дополняющие друг друга модели поведения:

	
Представление в рамках единого бренда партнерской ассоциации на наиболее значимых выставочных площадках (не более 3–4 в год).	<input type="checkbox"/>
Помощь в организации представления партнеров на отраслевых площадках с упоминанием ассоциации в качестве ключевого партнера.	<input type="checkbox"/>

Аудитория программ экопросвещения

Важной частью организации деятельности на ООПТ является экопросвещение, то есть демонстрация уникальных характеристик природной среды. Разработка оригинальной событийной программы для экопросвещения позволяет привлечь интерес к экологической проблематике у тех категорий населения, которые не готовы к полноценному экотуризму. Продуманная программа экопросвещения позволяет рассказывать посетителям о природе без избыточного антропогенного воздействия.

Ключевые принципы



Масштабируемость и вариативность.

Эколого-просветительская деятельность предполагает создание некоторого количества типовых программ, мероприятий и проектов, состоящих из тематических и функциональных блоков (модулей), которые могут воспроизводиться в разных условиях и количество которых может увеличиваться без серьезного увеличения необходимых для их реализации ресурсов. Этот принцип призван сделать экопросвещение доступным широким слоям населения, чтобы обеспечивать поддержку идей заповедного дела. Это является необходимым условием для того, чтобы заповедники могли выполнять свои природоохранные функции.



Системность.

Этот принцип подразумевает, что экопросвещение в ООПТ строится на основе общих рекомендаций для решения актуальных проблем в сфере экологии, охраны природы и заповедного дела и предусматривает тесное взаимодействие с региональными органами власти, учебными учреждениями, предприятиями и организациями. Таким образом, все ООПТ будут объективно способствовать целостности системы, что не означает полного единообразия в работе (должна быть учтена региональная специфика). В этом случае экопросвещение будет содействовать решению региональных и национальных экологических проблем.



Просвещение

Просвещение должно стать одним из ключевых направлений деятельности ООПТ. Предметом просвещения может выступать не только богатство природной среды, но и текущая работа и функционирование ООПТ.



Любознательность

В основе этого принципа – интерес к тому, как устроена природная среда, как осуществляется природоохранная деятельность, каковы вызовы и перспективы взаимного существования человека и природы.



Непрерывность, инновационность и ориентация на будущее.

Одна из задач экопросвещения – участвовать в формировании экологического сознания и развитии экологической культуры. Принцип непрерывности означает, что экопросвещение не стоит ограничивать «энциклопедической» информацией, перегруженной фактами. В нем должны отражаться проблемы развития общества, экономики и культуры, использоваться современные технологии и инновационные подходы к обучению (VR/AR, большие данные, искусственный интеллект, дизайн-мышление и др.).



Инициативность.

В основе этого принципа – внутренняя мотивация и самостоятельное стремление к изменению, совершенствованию. Это не только приводит к формированию эффективной программы экологического просвещения, отвечающей нуждам ООПТ и региона, но и повышает общественный престиж ООПТ.

Общая характеристика

Экологическое просвещение — это деятельность по формированию экологической культуры, которая складывается из распространения экологических знаний, воспитания бережного отношения к окружающей среде и рационального использования природных ресурсов. Экопросвещение является важным аспектом экотуризма и одной из социокультурных задач ООПТ.

Тематические блоки экопросвещения

- **Раздельный сбор мусора:** система обращения с твердыми коммунальными отходами (ТКО), при которой отходы разделяют по видам (стекло, бумага, металл, пластик, др.) для последующей переработки. С одной стороны, раздельный сбор и сортировка отходов позволяют вернуть вторичное сырье в хозяйственный оборот и использовать его повторно. С другой — переработка отходов снижает объемы захоронения на полигонах и свалках, которые являются одной из серьезных экологических проблем. Актуальные темы:
 - раздельный сбор и сортировка мусора;
 - утилизация твердых коммунальных отходов;
 - гринвошинг (имитация внимания к экопроблематике);
 - бережное и осознанное потребление;
 - концепция «Ноль отходов»;
 - долевая экономика;
 - сжигание мусора.
- **Экология:** наука о взаимодействии живых организмов между собой и с их средой обитания. Актуальные темы:
 - социальная экология;
 - экология природы;
 - экосистемы;
 - климат;
 - глобальное потепление;
 - экологические катастрофы;
 - охрана окружающей среды.
- **Природное наследие:** уникальные природные явления, ареалы и памятники, которые отражают основные этапы истории Земли, представляют важные экологические и биологические процессы эволюции:
 - природные памятники, представляющие собой физические и биологические образования или группы таких образований, имеющие выдающуюся универсальную ценность с точки зрения эстетики или науки;
 - геологические и физиографические образования и строго ограниченные зоны,

представляющие ареал обитания подвергающихся угрозе видов животных и растений, имеющих выдающуюся универсальную ценность с точки зрения науки или сохранения;

- природные достопримечательные места или строго ограниченные природные зоны, имеющие выдающуюся универсальную ценность с точки зрения науки, сохранения или природной красоты.

Актуальные темы:

- природное и биологическое разнообразие;
- эндемики (флора, фауна, грибы);
- природные памятники;
- природные ареалы;
- объекты всемирного наследия ЮНЕСКО.
- **Заповедное дело:** сохранение нетронутых эталонных участков, уникальных природных объектов и комплексов планеты с помощью ООПТ. Актуальные темы:
 - классификации ООПТ;
 - научно-исследовательская деятельность на ООПТ;
 - охрана природы и экоконтроль;
 - волонтерство;
 - экологический туризм.
- **Устойчивое развитие:** система экономических

Цели устойчивого развития

Социальные цели

Повсеместная ликвидация нищеты во всех ее формах.
Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства.
Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте.
Обеспечение наличия и рациональное использование водных ресурсов и санитарии для всех. Необходимый уровень взаимодействия.

Экологические цели

Обеспечение доступа к недорогостоящим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех.
Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями.
Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития.
Защита, восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рациональное управление лесами, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты биологического разнообразия, водных ресурсов и санитарии для всех. Необходимый уровень взаимодействия.

Экономические цели

Содействие неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех.
Создание прочной инфраструктуры, содействие обеспечению всеохватной и устойчивой индустриализации и внедрению инноваций.
Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и устойчивости городов и населенных пунктов.
Обеспечение рациональных моделей потребления и производства.

Гражданские цели

Снижение уровня неравенства внутри стран и между ними.
Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек.
Обеспечение справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех.
Укрепление средств достижения устойчивого развития и активизация работы механизмов глобального партнерства в интересах устойчивого развития.
Содействие построению миролюбивых и открытых обществ в интересах устойчивого развития, обеспечение доступа к правосудию для всех и создание эффективных, подотчетных и основанных на широком участии учреждений на всех уровнях.

отношений и изменений, которые отвечают потребностям современного общества и не ставят при этом под угрозу благополучие будущих поколений. Это комплексное понятие включает в себя модернизацию промышленности и инфраструктуры, «зеленую» экономику, борьбу с нищетой и неравенством. Актуальные темы:

- сохранение природных ресурсов;
- биоэнергетика;
- «зеленые» рабочие места;
- благоустройство;
- экологическая безопасность;
- экологичное производство;
- экологический след.

Внутренние коммуникации и HR

Экологическое просвещение и экологические ценности (осознанное потребление, устойчивое развитие, экологическая безопасность) должны стать частью рабочей культуры на ООПТ, они не насаждаются «сверху вниз», а разделяются сотрудниками и руководством. Экопросвещение должно быть одной из тем внутренних коммуникаций на ООПТ, а также приоритетным направлением в формировании современного HR-бренда.

Сотрудники отдела экологического просвещения должны стать амбассадорами экологической культуры в организации и активно работать с другими отделами в ООПТ, чтобы делиться опытом и знакомить коллег с основными принципами экологической культуры (организовывать «зеленые» дни и мероприятия по «озеленению» офиса / организации, проводить лекции и дискуссии для сотрудников). Кроме того, сотрудники отдела экопросвещения могут создавать кросс-функциональные рабочие группы, чтобы реализовывать совместные проекты. Например, в такие группы могут собираться сотрудники из отделов туризма и экопросвещения и вместе разрабатывать экскурсии, оформлять информационные стенды и формировать социокультурную программу и туристические предложения.

Внешние коммуникации и PR

Информирование общественности о работе заповедника может осуществляться через СМИ и современные каналы коммуникации (сайт, социальные сети, «Яндекс.Дзен», YouTube).

Системная работа со СМИ позволяет создать имидж пресс-службы и организации в целом как информационно открытых, экологически ответственных и находящихся в тренде. Для этого необходимо установить и поддерживать партнерские отношения с журналистами, выстраивать инициативный, а не реактивный характер контактов со СМИ. Для того чтобы привлечь внимание к ООПТ и экопросвещению, можно работать не только с традиционными СМИ, но и с местными лидерами мнений, экоактивистами, инфлюенсерами, представителями блогосферы, активными гражданами, разделяющими экологические ценности ООПТ.

Сайт ООПТ и ее страницы в социальных сетях должны позиционироваться как основной источник информации о новостях, ее природоохранной,

научно-исследовательской, туристической и эколого-просветительской деятельности, содержать актуальную информацию о программах и мероприятиях ООПТ. Эти каналы коммуникации должны также стать платформой для получения обратной связи и открытым форумом, где желающие могут поделиться своим опытом посещения ООПТ. На сайте может быть представлен виртуальный тур по ООПТ, экологическим тропам, музею природы или туристическому центру. В социальных сетях важно регулярно публиковать новости ООПТ, обновлять постоянные тематические рубрики (факты, цифры, короткие интервью с сотрудниками и др.), а также описывать грядущие и прошедшие мероприятия (анонсы, фотоотчеты).

Отдел экопросвещения ООПТ может экспериментировать с современными медиаформатами:

- издавать эколого-просветительские книги и комиксы, информационные буклеты, создавать рабочие тетради и брошюры с заданиями для детей и подростков, которые можно выполнить при посещении ООПТ;
- записывать тематические подкасты;
- снимать видеоблоги для собственного YouTube-канала;
- публиковать информационно-просветительские карточки и проводить опросы в социальных сетях.

Партнерства

ООПТ могут сотрудничать с профильными (экологическими или природопользовательскими) и региональными организациями и учреждениями. Например, сотрудники отдела экопросвещения могут проводить экологические марафоны и акции на уровне населенного пункта, края или области разной продолжительности (от дня до месяца), чтобы вовлекать местное население в «зеленые» проекты, а также пропагандировать экологические и природоохранные ценности. Например:

- высадка деревьев и кустарников;
- сбор вторсырья (макулатура, стекло, пластик);
- сбор мусора и уборка территории (лес, парк, водоем);
- экоуроки в школах и детских садах;
- эковывставка;
- эколого-просветительские экскурсии;
- экологические кружки для детей и подростков;
- акции разумного потребления электроэнергии, воды и других природных ресурсов;
- благотворительные свопы (обмен вещами без использования денег);
- рассказы об экологических привычках в социальных сетях.

ООПТ также может сотрудничать с местными брендами, художниками и дизайнерами, чтобы создавать коллекции сувениров по экологической тематике или из экологичных материалов, чтобы привлечь внимание к вопросам экологии, экологической грамотности и экологической культуры.

«Зеленое» волонтерство

Экопросвещение может стать одним из направлений работы в рамках волонтерской деятельности в ООПТ.

Волонтеры могут принимать участие в разных сферах эколого-просветительской и экотуристической деятельности ООПТ, в том числе:

- помощь в организации и проведении событийной программы (экскурсии и праздники);
- мониторинг, разметка и поддержание в порядке экологических троп и навигационной инфраструктуры;
- инвентаризация природных и историко-культурных объектов;
- уборка и мелкий ремонт;
- помощь в организации и проведении эколого-просветительской программы;
- работа в туристических центрах и кемпингах;
- метеорологические наблюдения;
- мониторинг популяций животных;
- помощь в исследовательских проектах.

На ООПТ могут быть организованы так называемые клубы друзей, цель которых — объединить самых активных сторонников ООПТ, интересующихся природой и экологией и участвующих в эколого-просветительских мероприятиях ООПТ.

Кроме того, в рамках «зеленого» волонтерского движения возможно привлекать художников, артистов, способных выразить экологические идеи в художественной форме и усилить эмоциональное воздействие на целевую аудиторию.

Экопросветительские и развлекательно-просветительские программы для детей и молодежи

В рамках экологического воспитания школьников можно проводить тематические уроки, программы и мастер-классы по экологической грамотности, конкурсы и экологические праздники, организовывать работу кружков и курировать школьное лесничество. Форматы программ и мероприятий:

- однодневные мероприятия в рамках летней программы по экологии (раздельный сбор, охрана леса, климатические изменения и др.);
- краткосрочные и долгосрочные образовательные программы и кружки: наблюдение за растениями, птицами и животными, изучение природного наследия, природоохранные принципы и др.;
- сезонные экологические и исследовательские лагеря.

Игровые площадки

«Приключенческие» площадки — это детские игровые площадки, для которых характерны дух игры без определенных правил, отсутствие взрослых и традиционных для обычной площадки игровых конструкций (качели, горки), которые могут использоваться и взрослыми. Формат таких игровых площадок может быть продуктивно использован в целях экопросвещения и работы с детской аудиторией благодаря своей игровой природе. Приключенческие игровые площадки часто не похожи на игровые площадки современного дизайна. Они различаются по форме, материалам и конструкциям и могут быть разных видов:

- «естественными игровыми площадками», имитирующими природную среду;
- «игровыми площадками из подручных

материалов», состоящими из набора элементов, с которыми дети могут взаимодействовать.

Экологические проекты

Это важная составляющая экологического воспитания, когда учащиеся пробуют решить конкретную экологическую проблему. Например, одним из заданий может быть разработка маршрута для экологической тропы (разметить маршрут и использовать информационные стойки и щиты со схемой тропы и с информацией о том, какие виды растений и животных представлены на данном участке). Работы по организации экологической тропы имеют в том числе и воспитательное значение. Учащиеся будут бережнее относиться к природе и положительно влиять на формирование экологического мышления у их сверстников и представителей старшего поколения. Примеры проектов:

- «зеленые чемоданы»: программа, в рамках которой класс получает от ООПТ чемодан с предметами и материалами для урока на экологическую тему;
- «не оставляй следов — охота за мусором»: экологическая программа-квест с заданиями;
- полевые занятия: школьники изучают особенности природы через наблюдение и простые эксперименты — например, знакомятся с ролью насекомых в экосистеме и способами размножения растений.

Экологические лагеря для школьников и студентов

Профильные экологические лагеря проводятся, как правило, на значительном удалении от учебного заведения, где есть условия для исследовательских работ (самостоятельных или групповых) под контролем куратора и с консультативной помощью сотрудников ООПТ из отделов охраны природы и экологического просвещения. Возможные темы для исследовательских проектов:

- природное разнообразие ООПТ,
- охрана природы,
- экологическая грамотность.

Просветительская работа со взрослым населением

Просветительская работа со взрослым населением состоит из ряда направлений, таких как создание туристических центров, проведение мероприятий и акций, выставок и интерактивных экспозиций:

- **Туристические центры** служат местом информирования посетителей и туристов, размещения временных выставок, проведения экологических акций и событий из общей социокультурной программы ООПТ. Карты с природными памятниками, экологические памятки и эколого-просветительские и информационные брошюры, тетради с экковестами и заданиями могут быть представлены на информационных стойках в туристических центрах и доступны всем посетителям ООПТ. В туристических центрах также следует реализовывать интерактивные просветительские проекты. Например, с помощью

мультимедийных экранов можно рассказывать об истории и деятельности ООПТ, об эколого-просветительских проектах и программах, знакомить посетителей и туристов с основными природными объектами и памятниками, флорой и фауной (видеосюжеты и фотогалереи, интерактивные информационные планшеты и экраны, аудиозаписи звуков природы и голосов птиц или редких видов животных в естественной среде обитания).

— **Мероприятия и акции.** Массовые экологические праздники и акции являются эффективным способом экопросвещения широкой аудитории. Например, сотрудники ООПТ могут принимать участие в общественных мероприятиях и фестивалях, таких как Масленица, День эколога (5 июня), дни города или поселка, и в рамках этих массовых мероприятий проводить активности с экологической тематикой, в том числе:

- экологические марафоны;
- экологические квесты;
- экологические спектакли-променады, site-specific-выступления и театральные постановки;
- конкурсы (рисунки, фотографии, строительство кормушек и скворечников);
- тематические лекции и беседы с участием экологов, исследователей, общественных деятелей и активистов;
- экологические тренинги для местного сообщества: инструктаж по экологической безопасности, подготовка гидов для проведения прогулок и туров;
- программа «здоровые парки – здоровые люди»: тренировки на природе.

— **Выставки и интерактивные экспозиции.** Сотрудники отдела экопросвещения ООПТ могут организовывать тематические фотовыставки (постоянные и временные) на ООПТ (объекты из природных материалов, site-specific-объекты), а также в туристических центрах, в общественных пространствах и местах притяжения, в частности, в парках, на набережных, в домах культуры или культурных центрах.

Рекреационная деятельность

Рекреационная деятельность и развитие познавательного экологического туризма включают в себя развитие инфраструктуры, разработку информационных материалов, организацию и проведение экологических туров и экскурсий:

- **Организация экологических троп** – одна из форм экопросвещения, воспитания экологического мышления. Экологическая тропа – это специально оборудованный маршрут, проходящий через различные экологические системы и другие природные объекты и памятники, имеющие эстетическую и природоохранную ценность, на котором посетители ООПТ получают информацию об этих объектах с помощью экскурсовода, аудиогuida или информационных стендов и интерактивных экранов (например, с QR-кодами). Информацию на тропе можно разделить

на познавательную (просветительскую) и предписывающую, каждому виду информации соответствуют свои объекты на маршруте и свои знаки. Например, натуральные объекты – памятники природы, виды растений, животных, грибов, формы рельефа, почвы – выступают источником познавательной информации. Экологическая тропа маркируется и оборудуется щитами, указателями и знаками. Желательно разработать несколько вариантов маршрута, различающихся протяженностью и сложностью. Маршрут лучше всего прокладывать по уже сложившейся тропичной сети. Следует избегать участков с монотонными однотипными природными сообществами и чередовать открытые пространства с лесными тропинками, участки нетронутой природы с теми, что подверглись значительному антропогенному воздействию.

- **Этапы подготовки тропы:**
 - топографический (разработка маршрута новой экологической тропы, уточнение карты местности, нанесение на карту присутствующих форм рельефа);
 - устроительный (благоустройство территории, очистка леса);
 - экологический (определение степени антропогенного воздействия на биогеоценозы);
 - исследовательский (наполнение топографической основы содержанием).
- **Экскурсионные программы и экологические туры.** Отличия организации и проведения экологических туров от обычных туров:
 - мероприятия проводятся в природной, максимально ненарушенной человеческой деятельностью среде (охраняемые рекреационные территории, с ненарушенным природным и культурным комплексом);
 - объектами посещения являются природные и культурные ландшафты, обладающие познавательным и рекреационным потенциалом;
 - не превышаются предельно допустимые рекреационные нагрузки на территорию: используется транспорт, не наносящий ущерба окружающей среде; привалы, бивуаки и костры устраиваются только в специально оборудованных местах; отели, кемпинги, кордоны, хижины, в которых останавливаются туристы, построены из «природных» материалов и расположены так, что не нарушают нормальное, экологически устойчивое развитие ландшафта и его облик;
 - туры и экскурсии обязательно предусматривают эколого-познавательный компонент: участники получают информацию о природе и правилах поведения в месте проведения тура, в программу включается посещение экологических троп, музеев природы и краеведческих музеев, туристы знакомятся с местными экологическими проблемами и путями их решения, выполняемыми природоохранными проектами;
 - туры проводят квалифицированные гиды-экологи.


1

Организовать проект экопросвещения


Экоинициативы, реализуемые в рамках каждого из шагов и на разных этапах формирования и внедрения экопросвещения, следует осуществлять в соответствии с современными методологиями, одной из которых является трехчастный подход к организации управления проектом.

- **Предназначение эколого-просветительской программы ООПТ.** Внутренние экоинициативы, направленные на повышение экологической грамотности сотрудников ООПТ и создание экологической культуры. Этот шаг означает создание экоидентичности организации, а также призван объединить организацию и людей, работающих в организации, вокруг экологических ценностей.
- **Процесс реализации предназначения.** Экоинициативы, направленные на привлечение внимания профессионального сообщества к проблемам экологии, экологическому туризму и экопросвещению. Этот шаг связан с тем, каким образом ООПТ популяризирует свою эколого-просветительскую повестку.
- **Продукт для реализации предназначения.** Эколого-просветительская программа, направленная на распространение экологических ценностей ООПТ среди посетителей ООПТ и более широких масс населения. Это то, что ООПТ как организация может представить в качестве продукта посетителям ООПТ.

Чек-лист. Предназначение эколого-просветительской программы ООПТ.

	
Сформировать эколого-просветительский отдел или рабочую группу из представителей разных отделов, которые отвечают за экологическую повестку и экологические инициативы на всех уровнях деятельности ООПТ.	<input type="checkbox"/>
Организовывать эколого-просветительские мастер-классы и лекции для всех сотрудников ООПТ.	<input type="checkbox"/>
Провести «озеленение» офиса и территории ООПТ: организовать отдельный сбор отходов, сбор макулатуры, отказаться от одноразовой посуды, экономить электричество и воду и т. д.; использовать экологичные материалы (информационные стенды, брошюры), отказаться от пластика, одноразовой посуды и салфеток в заведениях общепита на ООПТ.	<input type="checkbox"/>

Чек-лист. Процесс реализации предназначения

	
Участвовать в городских, районных и региональных эколого-просветительских инициативах.	<input type="checkbox"/>
Организовать регулярный обмен опытом с другими ООПТ и экологическими организациями.	<input type="checkbox"/>

2

Учесть потребности различных категорий пользователей

Дальнейшая проработка и детализация инициатив должна учитывать принципы инклюзивности, иммерсивности и интерактивности для вовлечения максимального числа участников и использования различных каналов усвоения информации.

- Инклюзивность.
Инклюзивность в рамках экопросвещения подразумевает создание определенных обучающих ситуаций и форматов взаимодействия, позволяющих коммуницировать с группами с особыми потребностями. Ключевыми инструментами, связанными с инклюзивностью, являются безбарьерная и адаптивная среда.
- Иммерсивность.
Иммерсивность подразумевает создание определенной атмосферы и условий для погружения человека в проблему, тему или контекст. В данном случае в качестве иммерсивной среды могут выступать как естественные ландшафты и природные объекты, так и цифровые технологии, направленные на создание иллюзии или ощущения погружения, втягивания в природное пространство, явление или событие. Ключевыми инструментами, связанными с иммерсивностью, являются технологии виртуальной и дополненной реальности.
- Интерактивность.
Контент и форматы в рамках экопросвещения изначально должны разрабатываться с расчетом на контакт с участниками, на их активные действия. Существует несколько интерактивных стратегий:
 - стратегия инструмента: интерфейс предопределяет порядок взаимодействия зрителя с системой;
 - стратегия игры: необходимо обращать внимание на действия и задачи;
 - стратегия архива: взаимодействие с данными (виртуальной библиотекой или галереей);
 - стратегия сети: система создает, формирует и организует отношения, объединяющие участников художественного события;
 - стратегия события: участники занимают позицию скорее наблюдателя в рамках сценария.

	Экопросветительская программа 1	Экопросветительская программа 2	Экопросветительская программа 3
Элементы виртуальной реальности, например, трехмерные модели доисторической фауны	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Элементы дополненной реальности, например, в формате квестов с использованием смартфона	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Безбарьерная среда, обеспечивающая доступ для маломобильных категорий населения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Адаптивная среда, например, с фокусом на органы чувственного восприятия (слух, зрение, обоняние) и телесный опыт изучения природы.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Экопросветительская программа 1	Экопросветительская программа 2	Экопросветительская программа 3
Инструмента	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Архива	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Игры	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Сети	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
События	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Нет	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


Структурировать тему экопросвещения

Для того чтобы предварительно оценить экологичность конкретных инициатив и проектов и проверить, способствуют ли они реализации «экологической задачи» ООПТ, рекомендуется использовать системную методологию. Слушатели должны видеть взаимосвязи между различными элементами природных процессов и человеческой деятельности, их взаимное влияние и зависимость друг от друга.

- **Определение планетарной проблемы.**
Это та проблема или задача, к которой необходимо обратиться. Для этой работы можно взять одну из 17 целей устойчивого развития ООН или глобальную цель, актуальную для ООПТ.
- **Определение темы.**
Это та конкретная ситуация или продукт, который может стать предметом отдельного занятия.
- **Изменение продукта как балансировка проблемы.**
Проанализируйте, какой ущерб может нанести ваш продукт. Можете ли вы исключить или минимизировать этот ущерб? Какими способами (использовать другие материалы, другой способ доставки и т. д.)? Например, продукт будет изготовлен из перерабатываемого пластика, его компоненты будут легко отделить друг от друга.
- **Компенсаторное решение как балансировка проблемы.**
Придумайте, как компенсировать тот ущерб, который потенциально может причинить ваш продукт. Например: в продукте будут использоваться электронные элементы, поэтому мы создадим систему их сбора и повторного использования после истечения срока годности / выхода из строя.

Чек-лист

Примерный алгоритм для экопросветительского семинара

	
Укажите на стикерах ключевые пользовательские проблемы / задачи, которые были обнаружены на предыдущем этапе.	<input type="checkbox"/>
Сначала индивидуально в течение 20–30 минут каждый участник придумывает и фиксирует как можно больше идей / решений для каждой из проблем.	<input type="checkbox"/>
Затем участники обсуждают все идеи и решения, при этом важно не спорить и не критиковать идеи остальных.	<input type="checkbox"/>

После обсуждения всех идей – голосование. Для голосования можно ввести несколько принципов планетоцентричного дизайна:

- продукт позитивно влияет не только на конечного пользователя, но и на ту планетарную задачу, с которой вы начинали разработку решений;
- продукт простой и понятный;
- эффект от внедрения продукта / решения можно измерить.

Чек-лист

Примерный набор вопросов для экопросветительской лекции

	
Является ли данное решение токсичным или вредным для человека?	<input type="checkbox"/>
Является ли данное решение безопасным в использовании?	<input type="checkbox"/>
Не нарушает ли данное решение границы личного пространства человека?	<input type="checkbox"/>
Предполагает ли данное решение доставку на дальние расстояния?	<input type="checkbox"/>
Будут ли использоваться невозобновляемые источники энергии для создания продукта?	<input type="checkbox"/>
Будет ли создание продукта способствовать химическим выбросам в Мировой океан?	<input type="checkbox"/>
Будет ли продукт предполагать использование пластика (пакеты, стаканы, трубочки, крышки и т. д.)?	<input type="checkbox"/>

Привлечение экотуристов

Экологический туризм является базовой формой развития ООПТ. Привлечения экотуристов должно, с одной стороны, учитывать сложившиеся туристские тренды, а с другой стороны, учитывать специфический характер визитов на природные территории. Ключевым фокусом экотуристского продукта должен стать продолжительный контакт с природой, позволяющий осознать величие природного наследия. Следует избегать форматов экстремального туризма, целью которых не является контакт с уникальной природой.

Ключевые принципы



Уникальность. Необходимо выделить уникальные качества территории ООПТ. Природные объекты, культура и история места, событийная программа или специальная инфраструктура – всегда найдется то, что отличает территорию от других и может привлечь свою аудиторию.



Рост уровня жизни
Плотное взаимодействие с местным населением не только повышает его лояльность к деятельности ООПТ. За счет нахождения взаимных интересов появляются новые рабочие места, на них привлекаются местные жители, растет общее благосостояние.



Долгосрочное целеполагание. Чтобы гарантировать конкурентоспособность на длительный срок, стратегия развития ООПТ должна строиться на понимании трендов и прогнозировании ожиданий целевых аудиторий будущего, а не только удовлетворять потребности и интересы посетителей в настоящий момент.



Адаптивность. Стратегия развития туризма в конкретной ООПТ и ее продуктовая линейка не статичны и не фиксируются навсегда после разработки. Сбор подробной аналитики по результатам туристического сезона позволит гибко настраивать сервисы под предпочтения аудитории и рационально управлять бюджетом на развитие.



Прототипирование. Глобальные инвестиции в развитие и запуск ресурсоемких продуктов должны предваряться периодом проверки гипотезы через проведение тестовых мероприятий, сбора аналитики и обратной связи от посетителей.



Движение навстречу
Руководство ООПТ должно опережать запросы аудитории и формировать экотуристский продукт, предъявляющий определенные требования к посетителям.



Комплексный подход
Необходимо работать со всеми категориями посетителей для гармоничного и полноценного развития ООПТ.

Общая характеристика

Развитие туризма на ООПТ имеет ряд положительных эффектов:

- постоянное присутствие людей отпугивает браконьеров;
- появление дополнительных внебюджетных источников для поддержания природной среды в надлежащем состоянии;
- новые рабочие места и предпринимательские возможности для жителей сопредельных территорий;
- культурный обмен жителей сопредельных территорий с туристами.

При развитии туризма ключевая задача состоит в увеличении спроса на предлагаемый туристский продукт. Для этого необходимо понимание того, кто потенциальный посетитель ООПТ. Потенциальный турист должен четко понимать, какой набор услуг и впечатлений он получит, посетив территорию, и решить, почему необходимо выбрать именно это место для посещения из множества альтернатив.

Тренды развития туристской отрасли

Можно выделить следующие глобальные тенденции в развитии туризма:

- Все большее число активных путешественников относятся к возрастной категории 50+, что связано с ростом уровня доходов и продолжительности жизни. Хотя данная аудитория подразумевает большие вложения в инфраструктурное обеспечение объектов туристического показа, ценность возрастной аудитории туристов в том, что на нее традиционно не влияет сезонность, т. е. такие туристы обеспечивают заполняемость в низкие сезоны.
- Растет количество туристов среди молодых людей — миллениалов (поколение родившихся в 1981–1996 годах) и поколения Z (рожденные после 1995 года). Оба эти поколения выросли в эпоху широкого распространения Интернета и гаджетов, что играет ключевую роль в том, как они ищут информацию, делают покупки и взаимодействуют с различными туристическими продук-

тами и сервисами.

- Доля одиночного туризма ежегодно растет.
- Растет количество путешествий, организованных самостоятельно благодаря технологиям бронирования и получения информации. Платформенные сервисы по аренде жилья, рекомендациям в путешествии и посещению достопримечательностей дополняют классические туристические агентства.
- Растет спрос на специальные форматы туризма, такие как приключенческий, культурно-познавательный и частный хобби-туризм. Подобные форматы туризма подразумевают получение персонализированного опыта, который невозможно получить в формате массового туризма.

Резюмируя, можно отметить, что со стороны спроса растет количество групп посетителей, обладающих специфическими требованиями, а со стороны предложения увеличиваются инструменты индивидуализации туристского продукта. Развитие экотуризма на ООПТ должно учитывать оба отраслевых тренда.

Потенциальные направления туризма на ООПТ

ООПТ предоставляют широкий спектр возможностей для организации туристической деятельности:

- **этнотуризм**: туры с целью знакомства с культурой, фольклором, промыслами и ремеслами местных народов;
- **краеведческий туризм**: туры по историко-культурным, археологическим и архитектурным достопримечательностям, часто в сопровождении гида-экскурсовода, участие в археологических / этнографических экспедициях;
- **экстремальный туризм**: рафтинг, каякинг, дайвинг, езда на горном велосипеде, спортивное ориентирование, спелеология, альпинизм, катание на горных лыжах и сноуборде, лыжные туры, альпинизм, дельтапланеризм, кайтсерфинг и многие другие виды активного отдыха, требующие специального снаряжения и подготовки;
- **digital-detox-туризм**: поездки в места

без постоянной телефонной или Интернет-связи с целью «скрыться» от стресса и суеты ежедневной жизни;

- **приключенческий туризм**: пеший туризм, туры на лошадях, водные круизы, сафари, рыбалка и многие другие активности, дающие богатый набор новых впечатлений для посетителей без специального снаряжения и навыков;
- **нишевый туризм**: фототуры, йога-туры, ретриты, гастрономические путешествия, танцевальные туры, квесты по территории и любая другая специфическая активность, связанная с персональными увлечениями и хобби.

Разработка продуктовой линейки

В продуктовую линейку входит весь набор услуг, предоставляемых туристу: транспорт, экскурсионная и событийная программа, питание, дополнительные услуги, снаряжение, сувенирная продукция и т. д. Сюда же относятся впечатления — незабываемые эмоции и ощущения, которые получает турист во время посещения места.

При разработке продуктовой линейки необходимо обеспечить многообразие и баланс. Это позволит привлечь более разнообразную по возрасту и образу жизни аудиторию и предложить посетителям новые, не дублирующиеся сценарии времяпрепровождения в рамках туризма на ООПТ:

- главными критериями являются востребованность среди потенциальной целевой аудитории и экономическая целесообразность закладываемой функции;
- базовой рамкой для оценки баланса и многообразия является подход четырех типов опыта: образовательного, эстетического, развлекательного и эскапистского.

Разработка бренда территории

Возможны два направления развития бренда ООПТ:

- в качестве самостоятельной точки привлечения посетителей — необходимо разработать собственный бренд и стратегию развития туристических продуктов, способную удовлетворить потребности разных групп целевой аудитории самостоятельно;
- в рамках более обширной смысловой территории, содержащей также другие центры притяжения, — потребуются развивать комплиментарные и неповторяющиеся для всей территории функции и встраивать их в общую стратегию продвижения.

Предметом рыночного позиционирования может быть как бренд территории ООПТ или ее отдельных элементов, так и более крупный региональный бренд. В свою очередь, туристические бренды являются частью территориального бренда региона вообще.

Разработка стратегического видения проекта и легенды

Стратегическое видение — это совокупность ключевых характеристик, отражающих содержание

туристского продукта, емкие смысловые рамки, в которых бренд будет развиваться в дальнейшем. Часть стратегического видения продукта, направленная на целевую аудиторию, называется «легенда». Она представляет проект и его сильные стороны, УТП, кратко и в максимально привлекательном для туристов формате. Легенда ложится в основу технического задания на разработку бренда, который состоит из нейминга (названия) и айдентики проекта. На этом этапе потребуются привлечение команды специалистов в сфере брендинга.

Качественный брендинг необходим, чтобы при помощи яркого названия, логотипа и фирменной атрибутики обеспечить узнаваемость объекта, объединить все заинтересованные в проекте стороны вокруг понятного всем образа и создать основу для рекламы и оформления объекта.

Путь покупателя экотуристского продукта

Путь покупателя в контексте территориального маркетинга — это последовательность этапов, через которые проходит покупатель от возникновения желания поехать в путешествие куда-нибудь, до приобретения билетов / тура в конкретное место, а затем повторного визита и / или рекомендации этого места своему окружению.

С точки зрения пользовательского опыта можно выделить три этапа пути покупателя:

- Опыт до визита. Важный тренд последних лет состоит в принципе ROBO (research online, buy online), суть которого состоит в поисках в Интернете информации о продукте и в дальнейшем приобретении этого продукта.
- Опыт во время визита складывается из баланса и разнообразия четырех ключевых видов пользовательского опыта: образовательного, эстетического, развлекательного и эскапистского.
- Опыт после визита формируется программой лояльности, а также возможностью взаимодействия с другими посетителями через социальные сети.

Интегрированные маркетинговые коммуникации

С точки зрения подхода интегрированных маркетинговых коммуникаций можно выделить четыре типа медиа:

- оплаченные медиа, которые распространяют информацию на возмездной основе;
- собственные медиа, которые принадлежат администрации ООПТ и ее партнерам;
- общие медиа, которые позволяют обмениваться информацией широкому кругу людей;
- заслуженные медиа, которые распространяют информацию в случае, если считают ее информационным поводом для своей целевой аудитории.

Социальные сети и контент для них

Отличительной особенностью социальных сетей является возможность организации двухсторонней коммуникации. Посетители страниц в социальных сетях могут не только получить необходимую информацию об ООПТ,

но и дать обратную связь, оставив отзыв о визите. В ряде случаев пользователи могут сами наполнять социальные сети, выкладывая фотографии, показывая маршруты и делясь впечатлениями от посещения.

Необходимо максимально наглядно продемонстрировать ценность проекта с точки зрения полезности для потенциального посетителя: какие уникальные природные особенности территории он сможет увидеть, какие мероприятия посетить, какие впечатления получить.

Полезная информация для путешественников.

Например, карты территории, точки с лучшим видом для фото, чек-листы для подготовки к визиту с точки зрения одежды, снаряжения и средств защиты будут очень востребованы.

Многие дестинации используют социальные сети как платформу для ответов на вопросы, причем отвечать могут как собственные специалисты, так и путешественники, уже посетившие территорию. Любые вопросы потенциальных посетителей, будь то наличие маршрутов общественного транспорта от одной интересной точки до другой или возможность взять в путешествие собаку, если отвечать быстро и информативно, помогут склонить пользователя к решению о посещении именно этого места. Второй плюс этого подхода – таким образом уменьшается потенциальный негатив от неудачного опыта посещения.

Фото- и видеоматериалы высокого качества, созданные профессионалами, наилучшим образом продемонстрируют преимущества дестинации.

Пользовательский контент, а именно фото, видео и отзывы, которыми делятся посетители со своей аудиторией после путешествия, также поможет

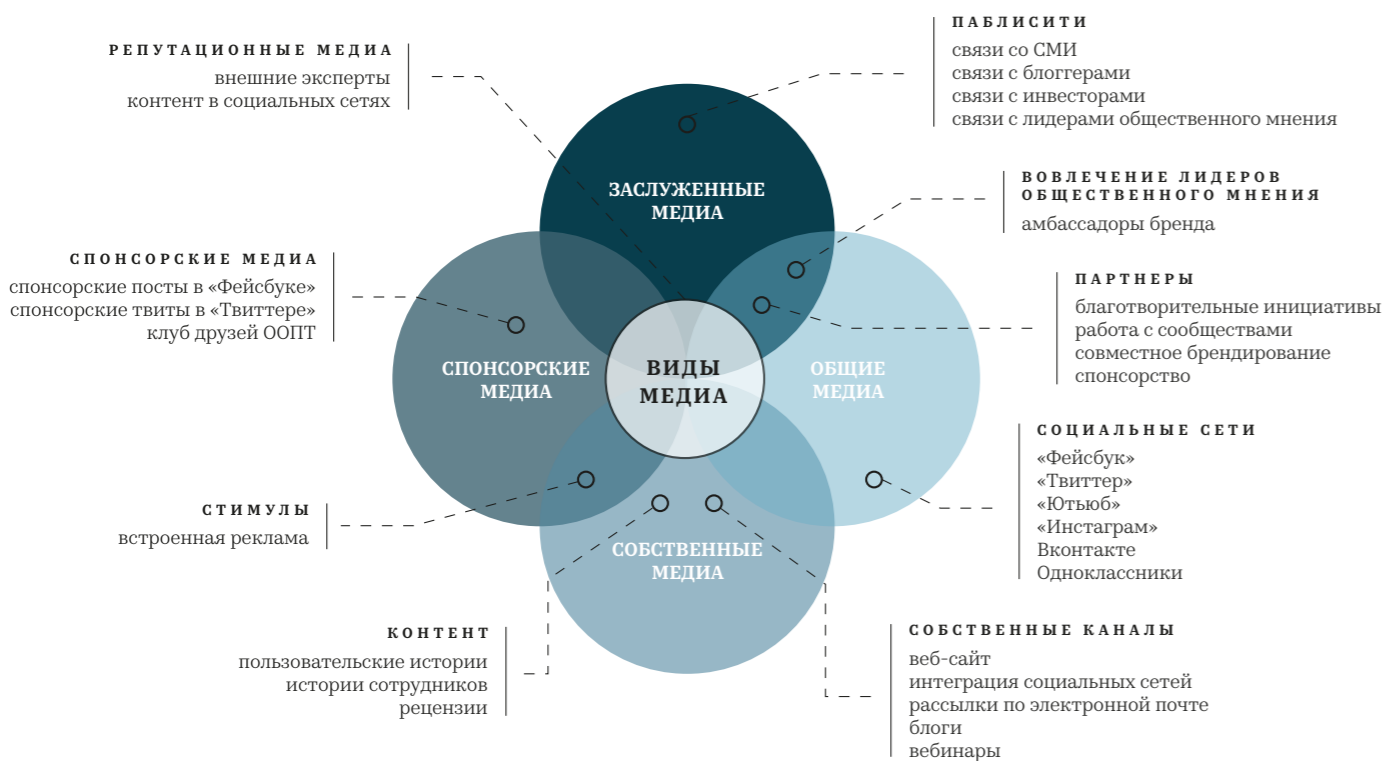
развить страницы территории в соцсетях и вызовет большое доверие среди потенциальной аудитории. Для этого ООПТ необходимо завести собственный хештэг и геометку, которыми пользователи будут помечать материалы, например, в сети Instagram или на видеохостинге YouTube.

Геймификация – внедрение игровых сценариев во взаимодействие с аудиторией – также поможет развить лояльность к бренду территории. Статистика показывает, что викторины, фотоконкурсы, смешные факты о территории и тому подобный развлекательный контент увеличивают вовлеченность минимум на 30 % по сравнению с обычными материалами. Любая информация, исходящая от бренда, должна быть достоверной. Слишком оптимистичные обещания и отредактированные в Photoshop фотографии в эпоху тотальной интернет-прозрачности могут нанести репутации территории большой урон.

Событийный маркетинг

Форматы событийного маркетинга могут варьироваться как по масштабу, так и по тематике. В основе событийного маркетинга лежит организация разового уникального мероприятия, которое может привлечь как постоянную, так и новую для ООПТ аудиторию. Оно может быть связано с:

- поддержкой экологической устойчивости территории;
- местной гастрономией;
- спортом;
- музыкой;



– историей места и культурой коренных народов. Отличительная особенность событийного маркетинга состоит в том, что он не только работает на привлечение новой аудитории, но и позволяет на регулярной основе возвращать на территорию тех, кто ее уже посетил в рамках подобного события.

Развить эффект от популярного события, которое проводится регулярно, можно при помощи других мероприятий со смежной тематикой. Совместное анонсирование основного и дополнительных событий позволит привлечь на ООПТ лояльную аудиторию чаще одного раза в год, что даст дополнительную загрузку средствам размещения и прибыль другим сервисам.

Навигация как способ привлечения аудитории

Фирменная навигация может служить дополнительным средством привлечения посетителей, проезжающих или проходящих мимо. Приветственная стела и остальные навигационные знаки могут стать фоном или объектом для фотографирования или видеосъемки и послужить распространению брендированного контента о территории.

Номенклатура навигационных указателей:

- дорожные указатели на подъезде к территории, показывающие оставшееся до нее расстояние;
- приветственная стела на подъезде к территории;
- информационный стенд с картой основных объектов показа и инфраструктурных объектов;
- информационные указатели на территории по местным видам флоры и фауны, историческим и природным объектам;
- навигационные указатели на территории для пешеходных маршрутов.

Мобильные приложения и онлайн-карты

Рекомендуется создавать сервисы, обеспечивающие безопасность посетителей и предоставляющие всю необходимую информацию. Путеводитель, например, в формате мобильного приложения будет очень полезен. Наполнение приложения может быть разнообразным, но основной целью должно быть улучшение пользовательского опыта и обеспечение безопасного сервиса для путешественников. Возможные функции приложения:

- возможность использования в местах, где нет доступа к сети;
- краткое описание точек притяжения с описанием, как до них добраться;
- сетка мероприятий с возможностью ознакомиться с программой и купить билеты на них перед поездкой;
- доступные места ночевки, питания и другие инфраструктурные объекты на / в непосредственной близости от территории;
- возможность забронировать транспорт / услуги гида;
- возможность выбрать сезон посещения и получить всю информацию, релевантную для выбранного времени года;
- возможность подать сигнал SOS или вызвать врача

- в случае непредвиденной ситуации;
- составление и трекинг маршрута перемещения по территории;
- возможность получения push-уведомлений от администрации территории и МЧС в случае неблагоприятных природных условий или ухудшения погоды;
- раздел с интересными фактами о природе и истории места, культуре местных народов;
- возможность оставить отзыв о территории, посещенном объекте, инфраструктуре.

1

Создайте туристский продукт

Для создания туристского продукта туристского потенциала ООПТ и диагностика существующего положения. Эти положения лягут в основу дорожной карты разработки туристского продукта ООПТ.

Шаги в анализе туристского потенциала территории:

- Ценность. Насколько ценный актив / ресурс?
- Редкость. Насколько он редкий? Сколько конкурентов обладают аналогичными ресурсами?
- Воспроизводимость. Насколько уникальный? Насколько кому-либо, не обладающему аналогичными ресурсами, сложно и дорого создать аналог?
- Используемость. Используется ли данный актив / ресурс в настоящее время? В полной ли мере задействуется этот ресурс для реализации конкурентного потенциала?

Существующее положение анализируется посредством глубинных интервью команды ООПТ и потенциальных посетителей по ряду вопросов:

- Актуальное состояние: то, что происходит сейчас.
- Причина: что привело к тому, что происходит сейчас.
- Желаемое состояние: куда мы стремимся и что хотим, чтобы происходило.
- Ресурс: что нужно, чтобы перейти от актуального состояния к желаемому.
- Эффект: что даст переход к желаемому состоянию.

РЕСУРСЫ ООПТ	ЦЕННОСТЬ	РЕДКОСТЬ	ВОСПРОИЗВОДИ- МОСТЬ	ИСПОЛЬЗУЕ- МОСТЬ
Уникальные природные объекты	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Природные ландшафты	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

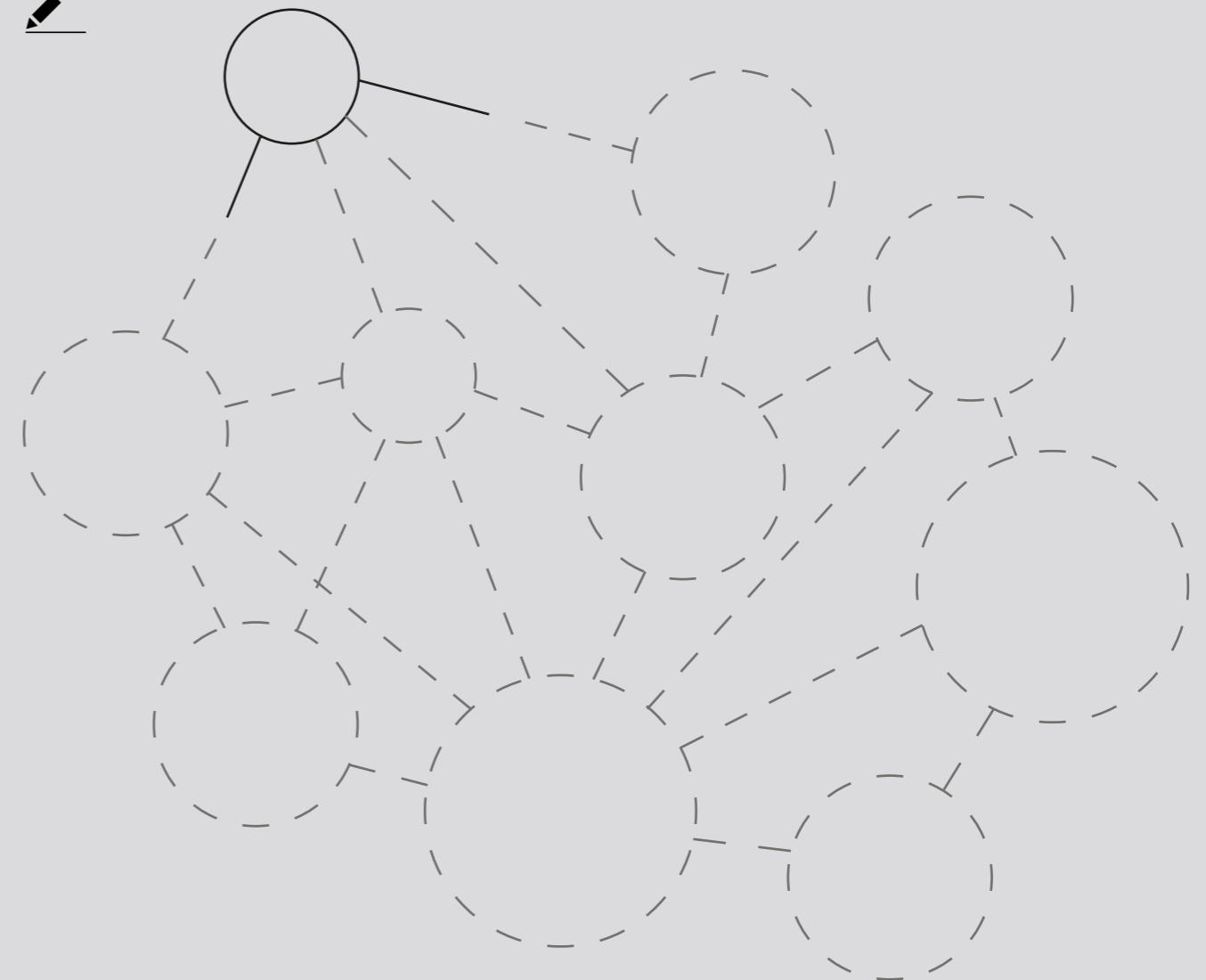
КАКИЕ ВОПРОСЫ НЕОБХОДИМО ЗАДАТЬ	РЕСПОНДЕНТ 1	РЕСПОНДЕНТ 2	РЕСПОНДЕНТ 3
С какими проблемами или трудностями вы сталкиваетесь?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Как вы думаете, в чем причина этих проблем?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
К каким результатам вы стремитесь?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Какие ресурсы необходимы, чтобы прийти к таким результатам?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Что даст достижение этих целей, каков будет эффект?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2

Упакуйте туристский продукт

Упаковка туристского продукта состоит в представлении туристского потенциала в формате, понятном целевой аудитории. Для этого необходимо сформулировать ключевые ассоциации на эмоциональном и рациональном уровнях за счет образной формулы территории и уникального торгового предложения.

- Образно-географическая карта.
Проведите опрос или фокус-группу с посетителями и жителями примыкающих территорий, чтобы узнать, какие образы ассоциируются с ООПТ. По примеру схемы 1 нарисуйте образно-географическую карту территории. Проведите связи между теми знаковыми образами, которые логически связаны между собой.
- Карта знаковых мест.
Нанесите на карту ООПТ те знаковые объекты, которые имеют пространственную привязку, такие как места обитания видов животных, произрастания растений, конкретные места по примеру схемы 2.
- Образная формула территории.
На основе карты знаковых мест сформулируйте образную формулу территории как интегральную характеристику ее знаковых мест. Образная формула территории дополняет ценностное предложение, указывая не на рациональные, а на эмоциональные аспекты посещения ООПТ. Размер круга отражает важность образа.
- Ценностное предложение.
На основе тех ключевых мест, которые формируют образную формулу территории, сформулируйте уникальное торговое предложение территории. Сформулированное предложение должно четко отражать ценность для конкретной целевой аудитории.



3

Обеспечьте информационное сопровождениеЦ

Программа маркетинга — это набор мероприятий, который позволяет целевой аудитории узнать о преимуществах посещения ООПТ. Для этого необходимо наладить работу со средствами массовой информации за счет разработки медиаплана, а также упорядочить событийную программу ООПТ за счет введения программной сетки.

Опросите целевые аудитории и узнайте, какими средствами массовой информации они пользуются:

- печатная продукция: профильные газеты, журналы, региональные сми;
- веб-страницы в Интернете, включая отраслевые форумы;
- социальные сети: Одноклассники, Вконтакте, Фейсбук, Инстаграм.

В случае с Интернет-ресурсами изучите инструменты взаимодействий, характерные для данной площадки, такие как хештеги и возможность отмечать отдельных пользователей. Выявите лидеров мнений данного средства массовой информации, чья позиция значима для вашей целевой аудитории. Налаживайте с ними онлайн- и офлайн – коммуникации:

- общайтесь через социальные сети, что может сформировать благоприятный образ вашей ООПТ в глазах целевой аудитории;
- пригласите их на гостевой визит на вашу территорию с обещанием опубликовать материал о визите.

При разработке программы следует учесть четыре базовые измерения маркетинга:

- предлагаемый продукт;
- цена за продукт;
- место предоставления услуг;
- инструменты продвижения.

При разработке программы маркетинга существуют общие рекомендации:

- Создайте социальные сети в ключевых социальных сетях и регулярно обновляйте их.
- Выберите периодичность публикаций, выработав баланс между объемом новостей и регулярностью публикаций.
- Создавайте информационные поводы, которые могут быть значимы для вашей целевой аудитории. Отмечайте тематические праздники, а также разрабатывайте оригинальную событийную программу на основе потребностей целевой аудитории.

Разработайте и придерживайтесь медиаплана и программной сетки.

Медиаплан должен содержать программу работы с ключевыми СМИ, а программная сетка – ключевые события на ООПТ. Разработка медиаплана должна опираться на программную сетку, которая, в свою очередь, зависит от потребностей целевой аудитории.

Заложите целевые показатели работы с ЦА

такие как число визитов посетителей, и регулярно фиксируйте их. Используйте разные цвета для категоризации показателей. В случае недостижения целевых показателей попробуйте изменить позиционирование:

- предложить продукт для других сегментов целевой аудитории;
- изменить механизмы взаимодействия с целевыми аудиториями;
- предложить новые форматы активностей в событийной программе.



Структура медиаплана

	СМИ 3	СМИ 2	СМИ 3
Месяц 1			
Месяц 2			
Месяц 3			

Структура программной сетки

	КОТ 1	КОТ 2	КОТ 3
Месяц 1			
Месяц 2			
Месяц 3			

Программа территории

Каталог возможных активностей на ООПТ

ООПТ готовы предложить широкий выбор активностей для посетителей разного возраста и с разными потребностями. Активности можно разделить на четыре категории, основываясь на двух критериях: потребности, приводящей к занятию (умственная или физическая), и степени двигательной активности во время этого занятия (низкая или высокая двигательная активность).

Занятия	Высокая двигательная активность	Низкая двигательная активность
Физическое	Высокоактивное	Низкоактивное
Умственное	Высокоактивное	Низкоактивное

Возрастные категории:

- I ДЕТИ
- II ПОДРОСТКИ
- III МОЛОДЫЕ ВЗРОСЛЫЕ
- IIII СРЕДНИЙ ВОЗРАСТ
- IIIII ПОЖИЛОЙ ВОЗРАСТ

Физическое – низкоактивное

Ловля рыбы
 Ловля рыбы – традиционный способ проведения досуга, который ассоциируется с естественной природной средой. Эта деятельность сочетает созерцательную активность и спортивный интерес и привлекает устойчиво большой пласт пользователей.
 Возрастные категории:



Ловля рыбы © Shutterstock.com

Тропы для прогулок босиком
 Такая активность развивает тактильную чувствительность и стимулирует нервные окончания на стопах при ходьбе по разнообразным природным материалам: опилкам, шишкам, каштанам, камням, морскому песку. Оздоровление организма происходит параллельно со знакомством с местной растительной средой.
 Возрастные категории:



Тропы для прогулок босиком © Shutterstock.com



Тропы для прогулок босиком © Shutterstock.com



Услуги спа © Shutterstock.com

Услуги спа

Спа-уход за телом — популярная оздоровительная услуга, предоставить которую на ООПТ можно сообразно с уходово-оздоровительными практиками локальной культуры, а также с использованием местных ингредиентов в составах и рецептурах.

Возрастные категории:



Посещение минеральных и термальных источников © Shutterstock.com

Посещение минеральных и термальных источников

Минеральные и термальные источники привлекают посетителей не только своими часто зрелищными пейзажами, но и полезностью. Желание испытать уникальные телесные ощущения от оздоровительной процедуры привлекает людей почти всех возрастных категорий.

Возрастные категории:



Посещение ресторанов местной кухни © Shutterstock.com

Посещение ресторанов местной кухни

Посещение ресторанов местной кухни — активность, которой можно заинтересовать очень широкую аудиторию. Дегустация блюд воспроизведенной или переосмысленной локальной кухни способна, с одной стороны, удовлетворить такую базовую физическую потребность, как голод, а с другой — погрузить в увлекательное изучение местной культуры.

Возрастные категории:

**Физическое — высокоактивное****Сбор ягод и грибов**

Собирая грибы и ягоды, посетители знакомятся с разнообразием локального растительного мира, развивают наблюдательность, отдыхают от визуального и аудиального шума, изучают виды найденных грибов и ягод. У посетителей остаются не только яркие впечатления от процесса, но и плоды, которые вечером могут превратиться в блюдо — и туристы будут уверены в его экологичности.

Возрастные категории:



Сбор ягод и грибов © Shutterstock.com

Командные виды спорта (летние и зимние)

Футбол, хоккей, волейбол — командные игры, базовые навыки в которых есть у многих. Командные виды спорта позволяют игрокам вне зависимости от возраста активно социализироваться, заводить новые знакомства, поддерживать свое физическое состояние, а также в целом легко становятся привычным способом проведения досуга.

Возрастные категории:



Командные виды спорта © Shutterstock.com



Командные виды спорта © Shutterstock.com

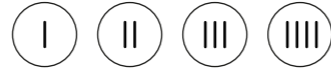


Индивидуальные виды спорта (летние и зимние) © Shutterstock.com

Индивидуальные виды спорта (летние и зимние)

Индивидуальные виды спорта приобретают особенную привлекательность, если площадками для тренировок становится не повседневная урбанизированная среда, а природные территории, позволяющие заниматься любимой активностью в контакте с природой.

Возрастные категории:



Индивидуальные виды спорта (летние и зимние) © Shutterstock.com



Скандинавская ходьба © Shutterstock.com

Скандинавская ходьба

Скандинавская ходьба набирает популярность с каждым годом, привлекая пользователей перспективой оздоровления организма и в то же время отсутствием необходимости физической подготовки у начинающих. Улучшение физического состояния, социализация в случае коллективных занятий и безопасность в случае индивидуальных прогулок, а также возможность заниматься в естественной среде становятся решающими факторами для выбора этой активности.

Возрастные категории:

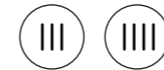


Скандинавская ходьба © Shutterstock.com

Трекинг

Ключевой целью трекинга, или многодневного похода по составленному заранее маршруту, является не спортивное преодоление пиков, перевалов и прочих сложных объектов ландшафта, а созерцание природы. Трекинг стабильно популярен как на значительно удаленных от крупных городов территориях, так и в пригородных природных зонах.

Возрастные категории:



Трекинг © Shutterstock.com

Хайкинг

Хайкинг, или пешеходный поход налегке по тропам в природной среде, дает возможность погрузиться в естественную среду без вызовов в плане физического комфорта: за спиной туриста нет ни тяжелого рюкзака, ни палатки, а к вечеру он уже вернется или домой, или в комфортный объект размещения на природной территории. Хайкинг — удачное решение для начала практики походов и пеших активностей, позволяющее оставаться на проверенном и маркированном маршруте и не испытывать бытового дискомфорта.

Возрастные категории:



Хайкинг © Shutterstock.com



Многодневные походы © Shutterstock.com

Многодневные походы

Многодневные походы, в которых не преследуется цель пройти конкретный маршрут, а предполагается исключительно переживание ощущения похода с проживанием в диких условиях, но в тесном контакте с природой, заставляющее забыть о повседневных городских раздражителях, могут увлечь и молодую семью с детьми, и компанию студентов. Продуманная экипировка и уединенная местность обеспечивают позитивный опыт многодневного похода.

Возрастные категории:



Пешие прогулки © Shutterstock.com

Пешие прогулки

Пешие прогулки предусматривают больше созерцательности, чем физическую активность. Для прогулок не нужно приобретать оборудование (даже палки для ходьбы), они совершаются по оборудованным тропам, расположенным вблизи комфортных объектов инфраструктуры. А практиковать неспешные пешие прогулки могут посетители любых категорий вне зависимости от факторов, осложняющих активность.

Возрастные категории:



Спортивное ориентирование на местности © Shutterstock.com

Спортивное ориентирование на местности

Для успешного участия в спортивном ориентировании необходима не только физическая подготовка, но и ловкость ума и концентрация внимания. Умение выбрать наилучший маршрут и «собрать» все контрольные пункты основывается и на физических, и на интеллектуальных способностях участника, а кроме того, полезно в повседневной жизни.

Возрастные категории:



Дайвинг

Дайвинг предоставляет туристам возможность взглянуть на естественную среду по-новому и увидеть водоемы так, как они их еще не видели: насыщенными жизнью и цветами. Дайвинг популярен и как разовая практика, и как продолжительные спортивные занятия, развивающие возможности участника к погружению.

Возрастные категории:



Дайвинг © Shutterstock.com

Хождение под парусом

Яхтинг, или хождение под парусом, становится популярным видом водного спорта у широкой аудитории: освоение теории и практики парусного спорта теперь более доступно — и требует от начинающих спортсменов только желания, времени и наличия доступа к водоему. Обучающие занятия, одиночные и командные соревнования, регаты — занятия яхтингом могут варьироваться от повседневных базовых упражнений в управлении судном до зрелищных соревнований.

Возрастные категории:



Хождение под парусом © Shutterstock.com

Парапланирование

Парапланирование — досуговая практика, популярная в обществе активных туристов, готовых на новые пробы себя ради получения ярких и незабываемых впечатлений. Полет на парашюте в сопровождении опытного гида способен как познакомить посетителя с ощущением полета, так и показать природный ландшафт с тех точек обзора, с которых его видели лишь единицы.

Возрастные категории:



Парапланирование © Shutterstock.com



Катание на одомашненных животных © Shutterstock.com

Катание на одомашненных животных

В зависимости от региона катание на одомашненных животных может происходить на лошадях, оленях, верблюдах и других подготовленных животных. Подобный досуг станет незабываемой физической практикой, открывающей туристам новые грани владения своим телом и погружающей в основы местной культуры.

Возрастные категории:

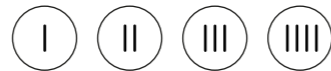


Катание на одомашненных животных © Shutterstock.com

Рафтинг

Рафтинг, или групповой сплав на надувной лодке по горным рекам, может быть как экстремальным видом спорта, требующим отлаженной работы команды для прохождения горных препятствий, так и спокойной прогулкой в сопровождении гида, в которой взгляду открываются недоступные для пешего туриста природные территории и у участников создается впечатление вовлечения в процесс благодаря периодической несложной помощи гида в управлении.

Возрастные категории:

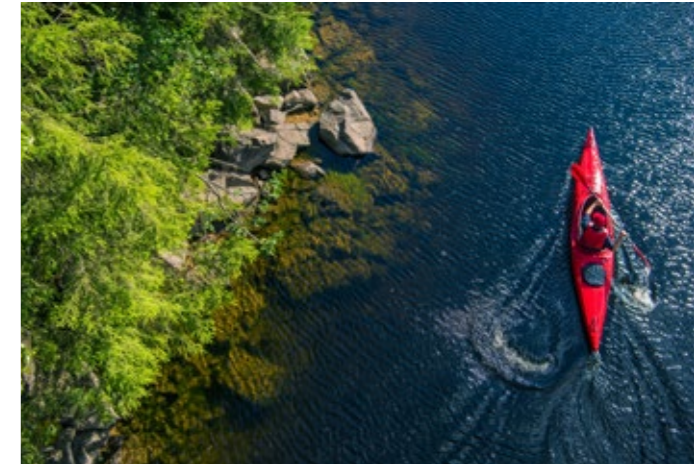


Рафтинг © Shutterstock.com

Каякинг

Каякинг предоставляет туристу возможность оказаться один на один с водой: одному в лодке с веслом посередине водной глади. Управление каяком может быть как опробовано с целью разового испытания – самостоятельной водной прогулки в тихом водоеме, – так и мотивировано спортивными желаниями, когда сплав становится больше похож на усмирение лодки в бурных потоках воды.

Возрастные категории:



Каякинг © Shutterstock.com

Йога

Популярность йоги с каждым годом только растет. Оздоровление тела, развитие гибкости, выносливости, а также укрепление мышечного каркаса без изнуряющих тренировок, а лишь в гармоничном диалоге со своим телом закрепили йогу в числе любимых физических активностей людей всех возрастов.

Возрастные категории:



Йога © Shutterstock.com

Велотуры

Велопроездки являются той активностью, нагрузкой в которой человек может управлять сам, адаптируя под свои возможности длительность и сложность маршрута, а также частоту остановок. Велопроездка позволяет получить много визуальных впечатлений за ограниченное время путем использования знакомого каждому в управлении и экологичного в своем следе транспорта. Велотуры становятся и вовсе полноценными сопровождаемыми экскурсиями с возможностью увидеть больше, чем при перемещении пешком.

Возрастные категории:



Велотуры © Shutterstock.com

Умственное – низкоактивное**Наблюдение за животными**

Наблюдение в естественной среде за эндемиками или даже широко распространенными видами животного мира зачастую становится основной причиной и самой желаемой целью путешествий на природные территории. Увидеть большее количество местных обитателей фауны для путешественника значит глубже познакомиться с территорией.

Возрастные категории:



Наблюдение за животными © Shutterstock.com



Наблюдение за животными © Shutterstock.com



Наблюдение за птицами © Shutterstock.com

Наблюдение за птицами

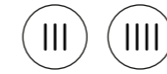
Наблюдение за птицами редко становится главной причиной дальнего путешествия, но очень часто причиной для проведения дня на пригородной природной территории. Возможность пройти с опытным гидом по точкам гнездования и обитания разных видов и получить знания по орнитологии в доступной форме создает постоянный поток посетителей в условиях роста интереса к локальной среде существования.

Возрастные категории:

**Медитация**

Занятия практиками по достижению состояния медитации, проводимые на площадках природных зон, могут дополняться воздействием “зеленой” территории, лишенной городских раздражителей, и становится периодом высокой эффективности духовных и оздоровительных практик в окружении гармонии естественной среды.

Возрастные категории:

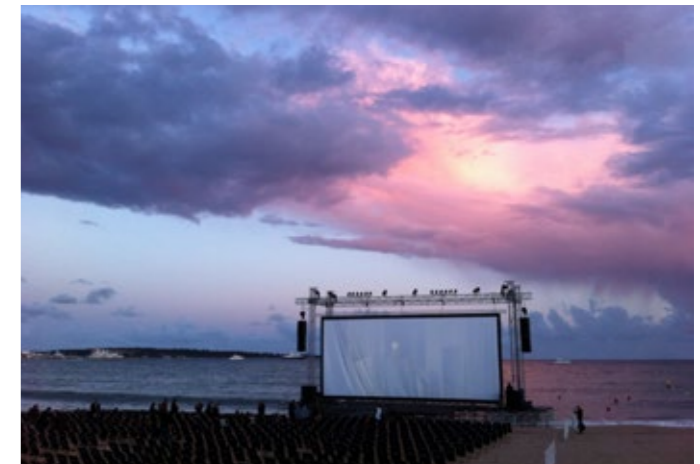


Медитация © Shutterstock.com

Посещение летнего кинотеатра

Возможность смотреть новинки кинопроката и произведения, ставшие классикой кинематографа, в парковых и природных зонах в теплое время года перетягивает аудиторию из традиционных кинозалов в летние кинотеатры. В зависимости от демонстрируемых произведений аудитория может сужаться и расширяться, а также становится одновозрастной или охватывает все поколения.

Возрастные категории:



Посещение летнего кинотеатра © Shutterstock.com

Посещение лектория

Публичные популярные лекции, проводимые на территории объекта, могут поддерживать экологический курс или дружественные и понятные территории ценности. Локальные экологические вопросы и феномены, а также общемировые вопросы экологии, поднимаемые в лекциях и дискуссиях, могут привлечь новых гостей на территорию парка или заповедника, сформировав доверие как к направлению экологического просвещения объекта, так и к самому объекту.

Возрастные категории:



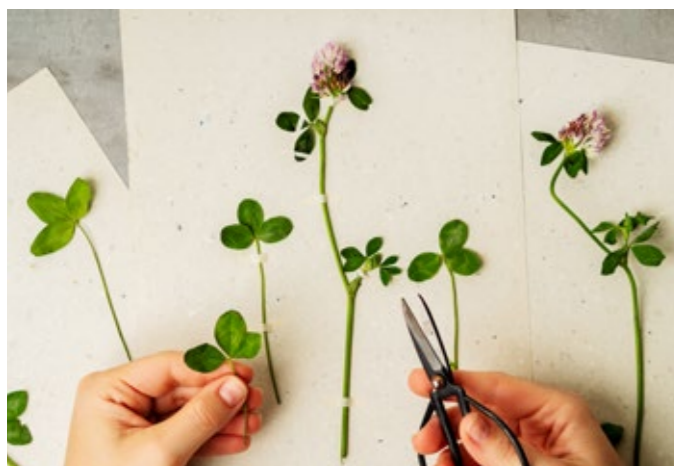
Посещение лектория © Shutterstock.com

Умственное – высокоактивное

Формирование гербария

При сборе растений с целью их хранения в домашней гербарной книге, с одной стороны, участники активно перемещаются по территории в поиске образцов, а с другой – изучают и анализируют экосистему, в которой находятся. Для гербария растения собираются с учетом разных правил, определяется их вид и запоминается ареал – в процессе участник расширяет свой кругозор и повышает уровень своих экологических знаний, получает материал для последующего изучения.

Возрастные категории:



Формирование гербария © Shutterstock.com

Сбор трав и растений

Сбор букетов трав и цветов, в отличие от сбора растений для гербария, а зачастую обусловлен менее научной мотивацией – не собрать каталог найденных растений, а создать и сохранить живую композицию из визуально привлекательных растений, которая будет напоминать о прогулке на природе после возвращения домой.

Возрастные категории:



Сбор трав и растений © Shutterstock.com

Осмотр природных достопримечательностей

Яркими и узнаваемыми природными достопримечательностями обладает не каждая природная территория, но если они есть, это серьезно расширяет аудиторию посетителей ООПТ, привлекает опытных и начинающих туристов, путешествующих по стране, и иностранных посетителей, гостей, готовых к физическим нагрузкам, и тех, кто стремится увидеть знаковый объект из комфортных условий. Наблюдение за горными цепями, гейзерами, вулканами, редкими ландшафтными образованиями и природными явлениями – все это может стать впечатлением, которое турист получит один раз на всю жизнь.

Возрастные категории:



Осмотр природных достопримечательностей © Shutterstock.com

Посещение музея

Посещение традиционных музеев природы или этнографического наследия, а также изучение выставочных экспозиций визит-центров, посвященных локальным и глобальным экологическим вопросам и знакомящих посетителей с жителями и феноменами местной экосистемы, может не только дополнить яркое переживание от прогулок, но и побудить посетителей при их совершении быть более вдумчивыми и внимательными к природной территории – возможно, они будут помнить о потребностях ее обитателей. Например, узнают их жилища и определят, чем питаются животные тех или иных видов.

Возрастные категории:



Посещение музея © Shutterstock.com



Посещение музея © Shutterstock.com

Посещение природоохранных курсов

Природоохранные курсы работают с немногочисленной категорией посетителей, которые готовы включить посещение природной территории в свой повседневный маршрут для приобретения новых теоретических и практических знаний, стремятся минимизировать свое негативное влияние на глобальную экологию и вместе с тем оказать помощь в решении уже существующих острых проблем. Природоохранные курсы могут заинтересовать как взрослых (привлечь их к постоянному волонтерству), так и детей (формировать в них ценностный каркас и широкий спектр прикладных знаний).

Возрастные категории:



Посещение природоохранных курсов © Shutterstock.com



Посещение экопросветительских курсов © Shutterstock.com

Посещение экопросветительских курсов

Экопросветительские курсы формируют сообщество стремящихся получить обширное понимание экологических процессов и феноменов, узнать больше о естественной среде, окружающей нас и наши города, а также повысить уровень собственной экологической грамотности и этики людей.

Возрастные категории:



Посещение экопросветительских курсов © Shutterstock.com

Участие в воркшопе

Проведение воркшопов, на которых приобретаются полезные практические навыки и исследуются разнообразные взгляды на развитие территории при модерации опытных профессионалов-практиков, может не только дать их участникам новые знания, но и дать команде управления территорией неожиданные ответы и результаты.

Возрастные категории:

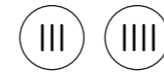


Участие в воркшопе © Shutterstock.com

Участие в художественном мероприятии

Изучение временных художественных объектов, размещенных на природной территории, посещение уникальных временных выставочных павильонов, являющихся примером экологических архитектурных решений, и фестивалей искусств, а также участие в коллективных процессах создания предметов творческой мысли способно привлечь значительную долю молодой аудитории, тех, кто стремится оказаться свидетелем определенного события и диалога высокого искусства и естественной среды.

Возрастные категории:



Участие в художественном мероприятии © Shutterstock.com

Тур с гидом

Прогулка по природным территориям в сопровождении опытного гида может стать первым опытом коммуникации с дикой природной средой, поскольку проблема традиционных базовых страхов решается присутствием опытного и знающего человека. Тур с гидом может открыть человеку не известные широкой публике точки осмотра, дать знания об увиденном и зародить интерес к природе, который впоследствии посетитель может развить самостоятельно.

Возрастные категории:



Тур с гидом © Shutterstock.com

Фототуры и фотосафари

В фототуре по природной местности туриста провозят по точкам, с которых открываются наиболее яркие и живописные виды на территорию, в маршрут включаются и лучшие виды объектов показа. Несмотря на получение ярких впечатлений от увиденного, главное и наиболее ценное, что турист получит в результате, — это серия профессиональных фотоснимков.

Возрастные категории:



Фототуры и фотосафари © Shutterstock.com

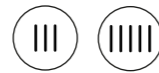


Посещение фестиваля местной культуры © Shutterstock.com

Посещение фестиваля местной культуры

Посещение фестиваля местной культуры — это возможность посмотреть на территорию с точки зрения не только экологического разнообразия, но и культурного наследия. Вне зависимости от того, чему посвящен фестиваль — материальной культуре местного населения или нематериальной, — подобное событие имеет функцию одновременно и развлечения, и просвещения. Визуальные впечатления от него сочетаются с получением знаний о культурных традициях и формах, о существовании которых посетитель мог даже не догадываться.

Возрастные категории:



Посещение фестиваля местной культуры © Shutterstock.com



Посещение мастерской местного ремесла © Shutterstock.com



Посещение мастерской местного ремесла © Shutterstock.com

Посещение мастерской местного ремесла

Возможность поучаствовать в создании традиционных местных игрушек, керамической посуды, печных изразцов, обучиться вышивке нитями, бисером и монетами, резьбе по дереву и кузнечному делу — редкая и необычная для посетителя. Занятия местным ремеслом не только увеличивают число умений человека, но и дают ему понимание истоков традиционной культуры, ненадолго погружая его в ощущения проживания в среде коренного народа. Помимо этого, по окончании занятий участник оставляет себе необычайно ценный сувенир от посещения природной территории — материальный объект, сделанный собственноручно.

Возрастные категории:

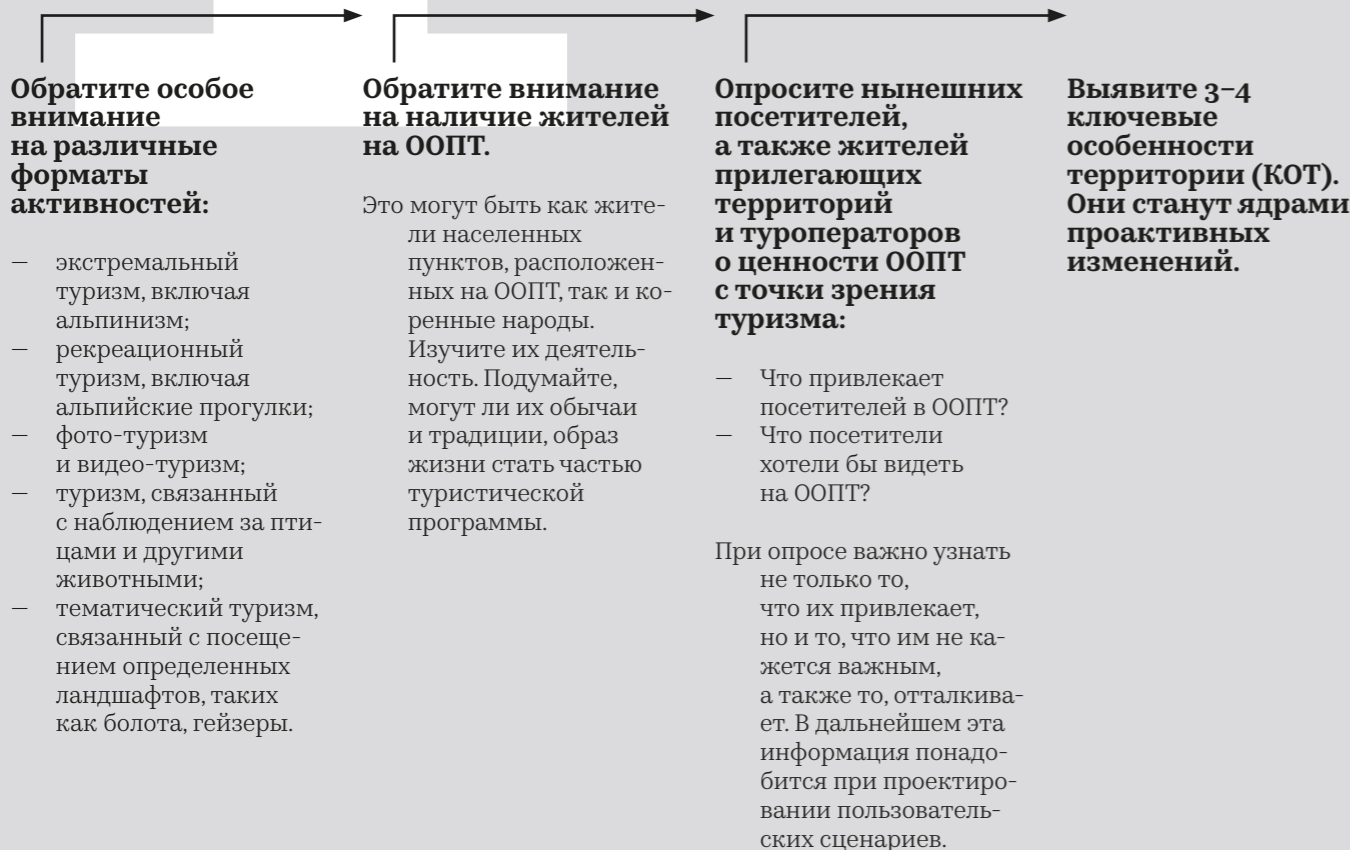


Этапы разработки программы территории

Этап 1

Составления перечня потенциальных объектов показа, имеющих интерес для посетителей

Социокультурное программирование опирается на активацию территории за счет фокуса на ее потенциале. Для этого необходима диагностика существующего положения и поиск уникальных, наиболее интересных для посетителей характеристик территории.



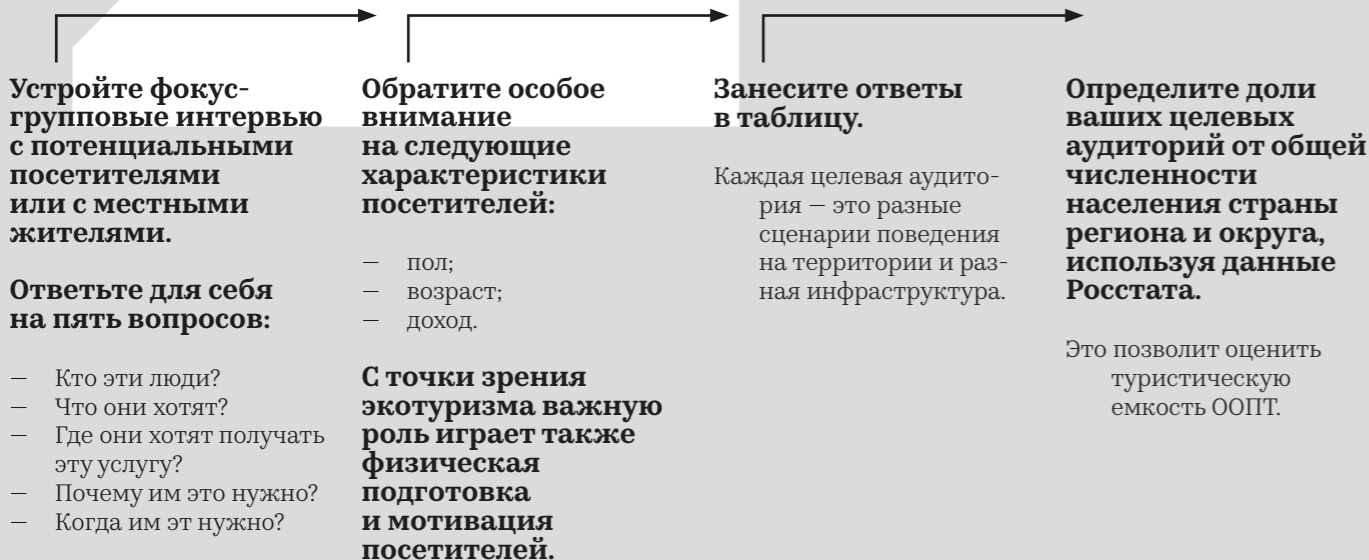
Выявление ключевой особенности территории с точки зрения туризма

	КОТ 1	КОТ 2	КОТ 3
	Экстремальный туризм, включая альпинизм		
	Рекреационный туризм, включая альпийские прогулки		
	Фото-туризм и видео-туризм		
	Туризм, связанный с наблюдением за птицами и другими животными		
	Тематический туризм		

Этап 2

Определение целевой аудитории каждой ключевой особенности вашей территории

Целевая аудитория – это потенциальные посетители территории, те люди, для которых ключевые особенности ООПТ обладают максимальной ценностью. Для разработки эффективной социокультурной программы территории необходимо структурировать потенциальных посетителей.



Набор активностей для целевых аудиторий

Доля ЦА среди населения РФ

	ЦА 1	ЦА 2	ЦА 3
Кто?			
Что?			
Где?			
Когда?			
Почему?			

Этап 3

Формулировка ценностного предложения для каждой целевой аудитории

Для привлечения целевых аудиторий вокруг каждой ключевой особенности территории необходима разработка сервисной модели. Сервисная модель включает в себя объекты инфраструктуры, предлагаемые посетителям, а также событийную программу. Основной целью сервисной модели является формирование целостного позитивного опыта посещения ООПТ. Для этого необходима работа с внешними партнерами.

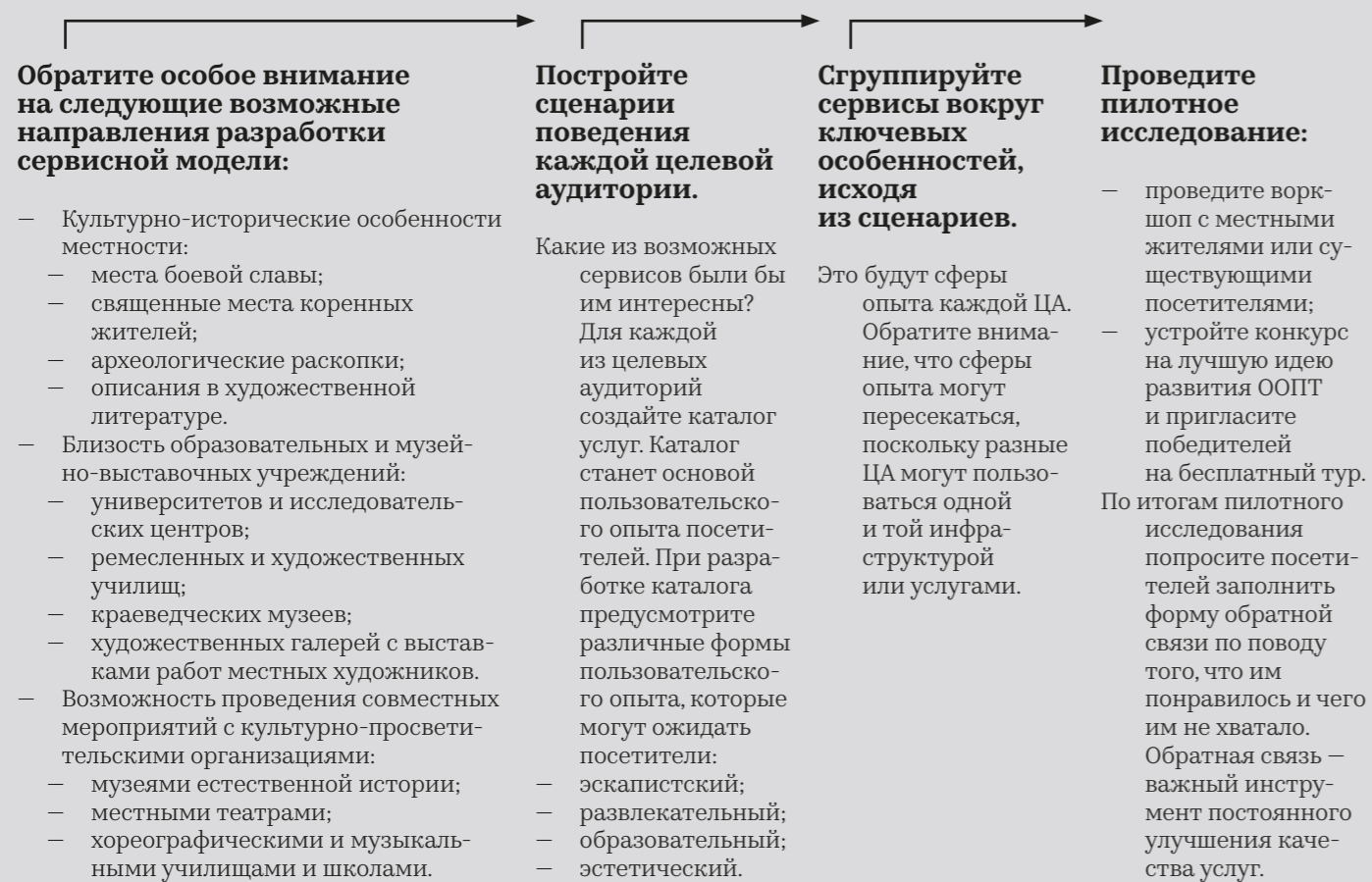


Набор активностей для целевых аудиторий

ЦА 1

ЦА 2

ЦА 3



Эскапистский опыт

Развлекательный опыт

Образовательный опыт

Эстетический опыт

**Связь между
элементами
системы
социокультурного
программирования**

Соотношения этапов разработки программы территории и шагов по активации ключевых заинтересованных участников

	<u>ШАГ 1:</u> <u>Составление перечня потенци-</u> <u>альных объектов показа,</u> <u>имеющих интерес</u> <u>для посетителей</u>	<u>ШАГ 2:</u> <u>Определение целевой аудитории</u> <u>каждой ключевой особенности</u> <u>вашей территории?</u>	<u>ШАГ 3:</u> <u>Формулировка ценностного</u> <u>предложения для каждой</u> <u>целевой аудитории</u>
<u>Партнерская сеть</u>	Шаг 1. Создать лицензируемый товарный знак	Шаг 2. Создать центр кластерного развития	Шаг 3. Создать партнерскую ассоциацию
<u>Аудитория экопросвещения</u>	Шаг 1. Организовать проект экопросвещения	Шаг 2. Учесть потребности различных категорий пользователей	Шаг 3. Структурировать тему экопросвещения
<u>Экотуристы</u>	Шаг 1. Создать туристский продукт	Шаг 2. Упаковать туристский продукт	Шаг 3. Обеспечить информационное сопровождение
<u>Местные жители</u>	Шаг 1. Проанализировать состояние аудитории	Шаг 2. Информировать аудиторию	Шаг 3. Провести публичные мероприятия

Основные вопросы, на которые могут ответить ключевые заинтересованные участники на каждом этапе разработки программы территории

	<u>ШАГ 1:</u> <u>Составление перечня потенци-</u> <u>альных объектов показа,</u> <u>имеющих интерес</u> <u>для посетителей</u>	<u>ШАГ 2:</u> <u>Определение целевой аудитории</u> <u>каждой ключевой особенности</u> <u>вашей территории?</u>	<u>ШАГ 3:</u> <u>Формулировка ценностного</u> <u>предложения для каждой</u> <u>целевой аудитории</u>
<u>Партнерская сеть</u>	Какой продукт можно создать?	Кому интересен этот продукт?	В чем ценность этого продукта?
<u>Аудитория экопросвещения</u>	О чем можно рассказать?	Каким категориям посетителей это интересно?	Почему это может быть интересно?
<u>Экотуристы</u>	Какие туристские тренды?	Каков портрет последователя этого тренда?	Почему этот тренд важен для него или нее?
<u>Местные жители</u>	Каковы культурные особенности?	Как выглядит и чего хочет идеальный гость?	Какие сюжет раскроют перед гостем культурные особенности наилучшим способом? Что вы можете дать ему или ей?

Социокультурное программирование отдельных типов ООПТ

Методология социокультурного программирования отдельных типов ООПТ

Методология разработки принципов социокультурного программирования для отдельных типов ООПТ состоит из трех элементов:

- разработка методики классификации ООПТ для выявления отдельных типов;
- разработка методики сегментации целевой аудитории ООПТ с точки зрения выявленных типов;
- разработка алгоритма изложения принципов социокультурного программирования для отдельных типов.

- разнообразие пользовательского опыта;
- продолжительность посещений.

Следует отметить, что эти критерии имеют смысл только для тех ООПТ, у которых существует администрация и четко обозначены границы. Нет возможности для развития ООПТ, у которых нет субъекта управления и однозначного правового режима.

Типология ООПТ

На законодательном уровне типология российских ООПТ определяется рядом принципов:

- Уровень ООПТ (федерального, регионального, местного значения) определяется уровнем органов государственной власти, к компетенции которых относятся вопросы создания и управления ООПТ;
- На каждом уровне существуют разные категории ООПТ в зависимости от набора характеристик природоохранного режима.
- Не существует закрытого перечня категорий ООПТ.

Однако в аспекте социокультурного программирования ООПТ на первый план выходят не принципы организации природоохранной деятельности, а вопросы ценностного предложения территории. Поэтому для руководства была разработана оригинальная типология ООПТ, направленная на выявление потенциала территорий с точки зрения экотуризма. Предложенная типология охватывает ООПТ только в части, в которой допускается развитие экотуризма и соответствующее социокультурное программирование. Участки ООПТ с природоохранными режимами, не допускающими посещения туристами, не учитываются в типологии. Таким образом, разработанная типология дополняет, а не подменяет законодательно закрепленную типологию.

Критерии классификации ООПТ

Российские ООПТ характеризуются многообразием природно-климатических, ландшафтно-географических и организационно-правовых условий. Типология, направленная на выявление их ценностных предложений, должна учитывать это многообразие. В то же время для целей разработки типологии перечисленные характеристики представляют интерес лишь в части того, как они влияют на туристический продукт. Именно поэтому для типологизации ООПТ с точки зрения ценностного предложения выбраны следующие критерии:

- узнаваемость объектов показа;

Узнаваемость объектов показа

Существуют ли на ООПТ знаковые объекты показа?

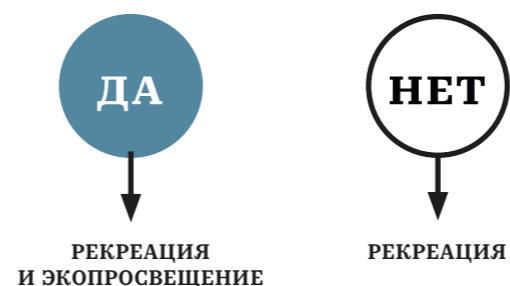


В основе критерия лежит привлекательность территории с точки зрения объектов показа. Ключевой вопрос – наличие на ООПТ знаковых природно-географических и / или культурно-исторических объектов. Таким образом, ООПТ может характеризоваться наличием:

- знаковых объектов показа;
- типичных объектов показа.

Разнообразие пользовательского опыта

Возможно ли привлечение посетителей для экопросвещения?

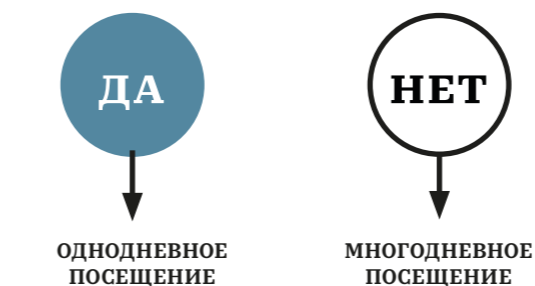


В основе критерия лежит привлекательность территории с точки зрения вариативности пользовательского опыта. Ключевой вопрос – возможность привлечения посетителей не только в рекреационных целях, но и в целях экопросвещения. Таким образом, ООПТ может характеризоваться ориентацией на:

- рекреацию и экопросвещение;
- рекреацию.

Продолжительность посещения

Возможно ли посещение ООПТ без размещения на ночь?



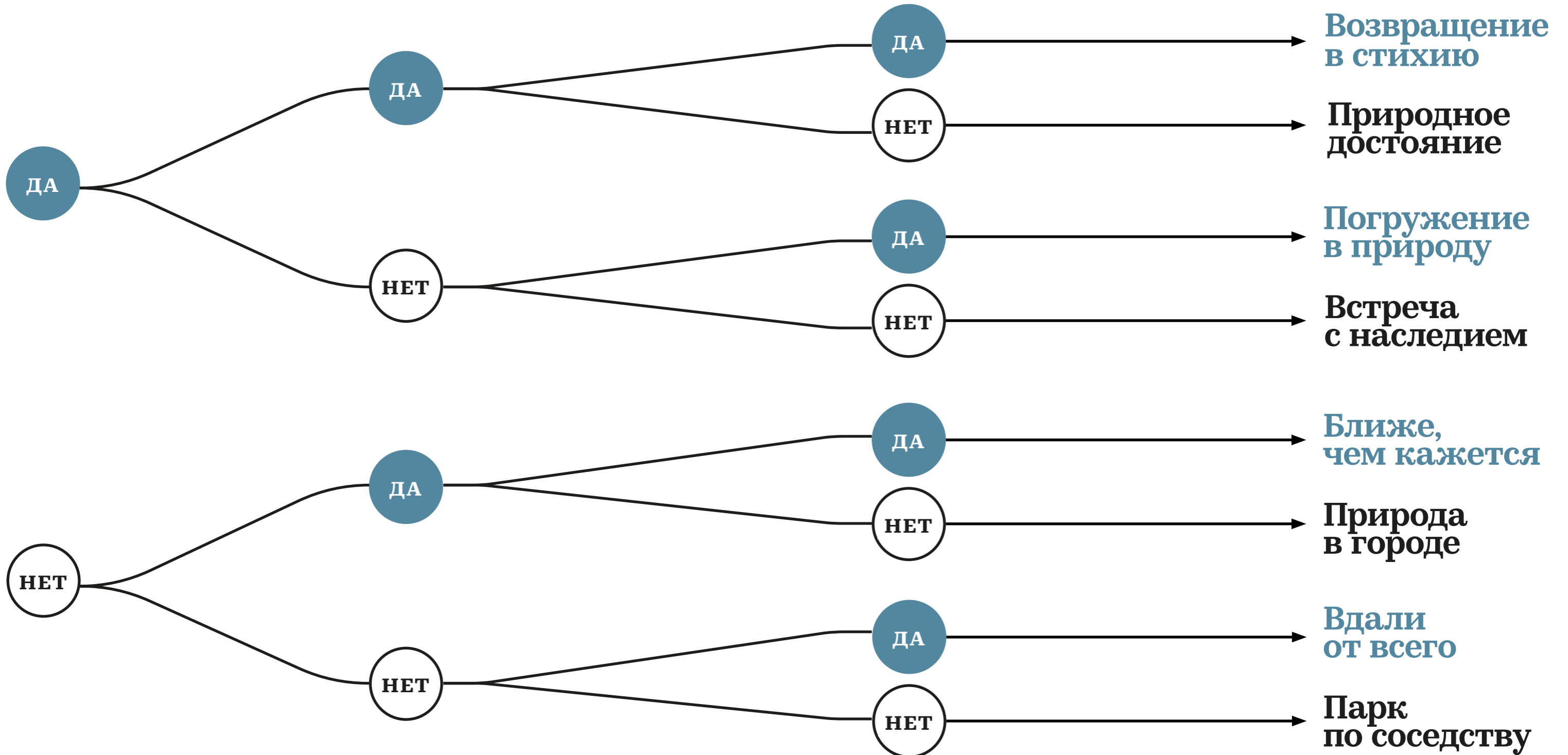
В основе критерия лежит привлекательность территории с точки зрения продолжительности посещения. Ключевой вопрос – возможно ли посещение ООПТ в рамках однодневного визита (без размещения на ночь). Таким образом, ООПТ может характеризоваться как подходящая для:

- однодневного посещения;
- многодневного посещения.

Существуют ли на ООПТ знаковые объекты показа?

Возможно ли привлечение посетителей для эко-просвещения?

Рекомендовано ли многодневное посещение ООПТ?



Классификация ООПТ

На основе выделенных критериев можно выделить 8 типов природных территорий, характеризующихся туристическим потенциалом и обладающих уникальным ценностным предложением.

<u>Тип</u>	<u>Обозначение</u>	<u>Узнаваемость объекта показа</u>
А	Возвращение в стихию	Знаковые объекты показа
В	Природное достояние	Знаковые объекты показа
С	Погружение в природу	Знаковые объекты показа
Д	Встреча с наследием	Знаковые объекты показа
Е	Ближе, чем кажется	Типичные объекты показа
Ф	Природа в городе	Типичные объекты показа
Г	Вдали от всего	Типичные объекты показа
Н	Парк по соседству	Типичные объекты показа

Использование типологии

Предложенная типология может быть использована двумя способами. Во-первых, она может служить инструментом диагностики – ответив на три ключевых вопроса на основании экспертных оценок, можно определить тип ООПТ. Во-вторых, она может использоваться для определения направления развития ООПТ. В этом случае существующее положение становится отправной точкой, а желаемый тип – целевым ориентиром. Предметом управленческого регулирования в этом случае становятся характеристики по критериям:

- Отсутствие знаковых объектов показа может быть компенсировано созданием уникальных экспозиций, посвященных традициям местного населения (промыслы, ремесла, нематериальная культура)

или современному искусству.

- Разнообразие пользовательского опыта может быть увеличено за счет разработки оригинальной событийной программы, дополняющей рекреационные форматы экопросвещением;
- Длительность визитов может быть как увеличена за счет совершенствования системы размещения туристов, так и уменьшена за счет развития транспортной инфраструктуры.

При определении требований к инфраструктуре либо конкретных форматов активностей рекомендуется также учитывать два дополнительных критерия: климат и рельеф. Данные характеристики имеют принципиальное значение при определении каталога инфраструктуры и программной сетки, но не оказывают принципиального значения на выявление туристического потенциала ООПТ.

<u>Разнообразие пользовательского опыта</u>	<u>Продолжительность посещения</u>
Рекреация и экопросвещение	Многодневное посещение
Рекреация и экопросвещение	Однодневное посещение
Рекреация	Многодневное посещение
Рекреация	Однодневное посещение
Рекреация и экопросвещение	Многодневное посещение
Рекреация и экопросвещение	Однодневное посещение
Рекреация	Многодневное посещение
Рекреация	Однодневное посещение

Разработка формулы территории

Формула каждого типа ООПТ содержит следующие элементы:

- общую тематику, вокруг которой организуется ценностное предложение данного типа;
- ключевой принцип, лежащий в основе ценностного предложения данного типа;
- базовую эмоцию, характерную для ценностного предложения данного типа.

В совокупности эти формулы образуют полную формулу российских ООПТ.

Подготовка социокультурной программы для различных типов территорий подразумевает модельные представления об ее целевой аудитории (ЦА). Для этого важно сформулировать адекватные целям социокультурного программирования критерии сегментации и описания ЦА. Оригинальная методика сегментации и описания целевых аудиторий для этого руководства была разработана в три этапа.

Тип	Формула	Тематика
А	Возвращение в стихию	Проверенное приключение на природе
В	Природное достояние	Проверенный контакт с природой
С	Погружение в природу	Незабываемое приключение на природе
Д	Встреча с наследием	Незабываемый контакт с природой
Е	Ближе, чем кажется	Аутентичный контакт с природой
Ф	Природа в городе	Доступное приключение на природе
Г	Вдали от всего	Аутентичное приключение на природе
Н	Парк по соседству	Доступный контакт с природой



Виды мотивации для экотуризма

На первом этапе целевые аудитории были сегментированы с точки зрения их мотивации и ценностных установок. Такой подход позволяет эффективно сопоставлять запросы пользователей и ценностное предложение туристского продукта.



Прогрессивно-личностная мотивация



Прогрессивно-социетальная мотивация



Прогрессивно-ценностная мотивация



Прогрессивная мотивация

прогрессивные



Консервативная мотивация



Консервативно-личностная мотивация



Консервативно-социетальная мотивация



Консервативно-ценностная мотивация

консервативные

Уровень мотивации

В рамках этих критериев было выделено типов мотиваций целевых аудиторий для посещения ООПТ:

- Консервативная мотивация без ярко выраженной потребности в экотуризме;
- Консервативно-личностная мотивация с потребностью в самовыражении в ходе экотуризма и консервативной базовой ценностной установкой;
- Прогрессивно-личностная мотивация с потребностью в самовыражении в ходе экотуризма и прогрессивной базовой ценностной установкой;
- Консервативно-социетальная мотивация

- с потребностью в достижениях в ходе экотуризма и консервативной базовой ценностной установкой;
- Прогрессивно-социетальная мотивация с потребностью в достижениях в ходе экотуризма и прогрессивной базовой ценностной установкой;
 - Консервативно-ценностная мотивация с потребностью в следованию идеалам в ходе экотуризма и консервативной базовой ценностной установкой;
 - Прогрессивно-ценностная мотивация с потребностью в следованию идеалам в ходе экотуризма и прогрессивной базовой ценностной установкой;
 - Прогрессивная мотивация с сочетанием различных потребностей.

Подходы к сегментации целевых аудиторий экотуризма на ООПТ

На третьем этапе была проведена систематизация существующих подходов к сегментации целевых аудиторий с точки зрения экотуризма. Данная систематизация необходима для разработки модельных целевых аудиторий для различных типов ООПТ.



Модельный набор услуг

Модельный набор услуг

Для характеристики модельного набора услуг, который может быть предложен на данной территории, используются следующие разделы:

- ценностное предложение территории (характеристика качественного товара, ценной услуги и уникального впечатления);
- общая характеристика услуг по видам (просветительские услуги, туристические услуги развлекательные услуги);
- рекомендации по разработке туристского продукта (с точки зрения просветительской программы, культурные мероприятия, размещение, питание прогулки и наблюдение за природой);
- рекомендации по разработке символики (в части входной группы и иконического объекта);
- принципы организации программной сетки (с точки зрения знаковых событий, подхода к государственным праздникам, дни недели и сезонность, специальные проекты).

Перечень сервисов и услуг

Перечень сервисов и услуг отражает те объекты инфраструктуры, которые рекомендуется развивать исходя из специфики туристического потенциала территории:

- наличие знаковых объектов показа подразумевает возможность организации тематических постоянных и временных экспозиций, то есть функция музейно-выставочной деятельности становится постоянной;
- разнообразие пользовательского опыта означает возможность организации публичных лекций, образовательных программ, наблюдения за отдельными объектами показа, спортивными мероприятиями, то есть функция событийного программирования становится постоянной;
- посещения продолжительностью несколько дней требуют оказания рекреационно-оздоровительных услуг, услуг питания и размещения, то есть функция питания и размещения становится базовой. На выходе каждая типология обладает своим уникальным соотношением постоянных и временных функций. Это обуславливает функциональное разнообразие не только с точки зрения социокультурной программы, но и с точки зрения организации и зонирования территории.

В результате проработки каждая типология обладает своим уникальным соотношением постоянных и временных функций. Это обуславливает функциональное разнообразие не только с точки зрения социокультурной программы, но и с точки зрения организации и зонирования территории.





A

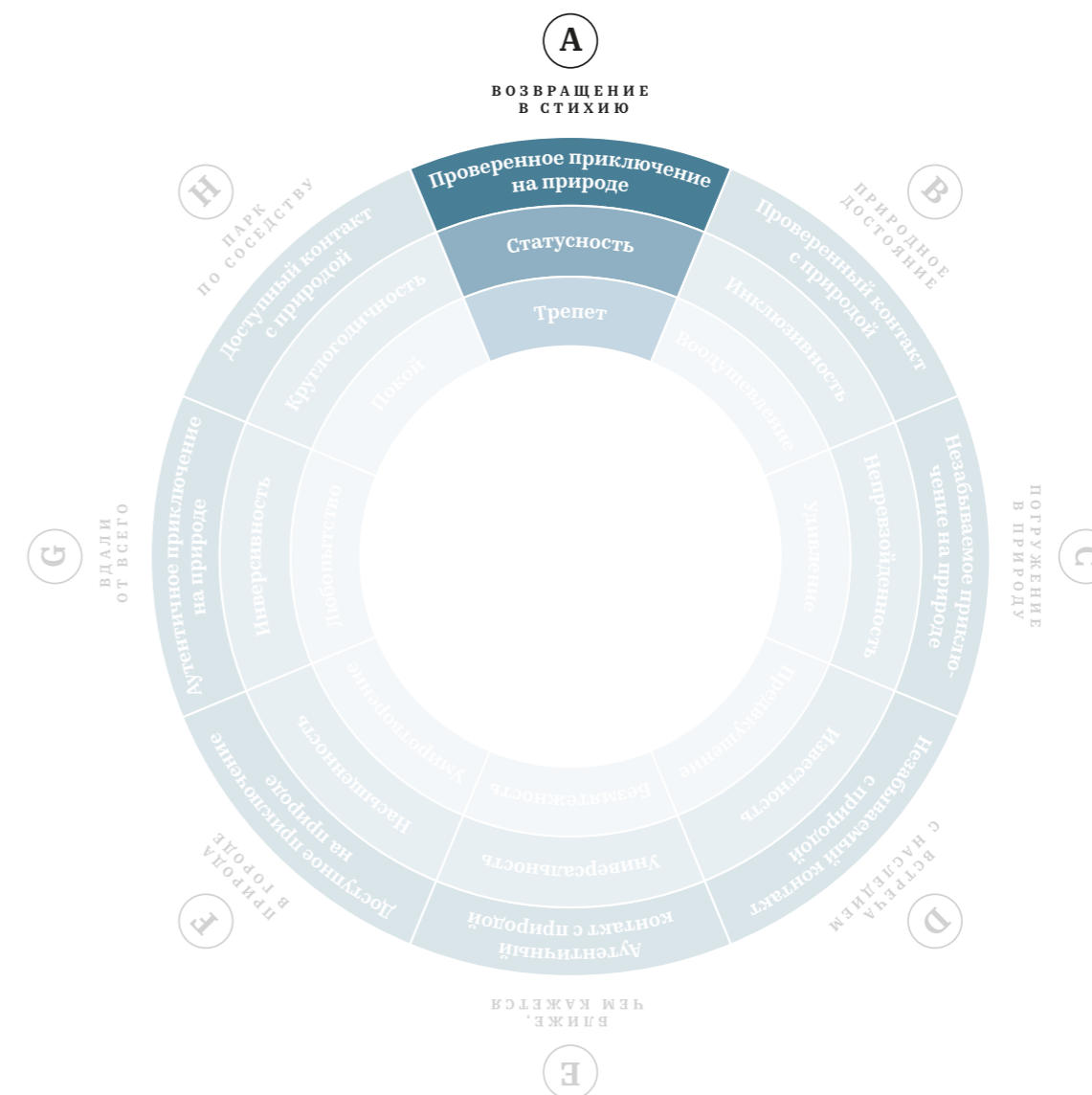
**Возвращение
в стихию**

Описание типа

Тип «Возвращение в стихию» — это проверенное приключение на природе, калейдоскоп эмоций, визитная карточка природных территорий России. Это спрятанные уголки дикой природы, которые вызывают чувства гордости и ответственности.



Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для рекреации и экопросвещения.

Формула этого типа ООПТ — «Возвращение в стихию» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа — возможность проверенного приключения на природе. Такие ООПТ работают с особенно широкой аудиторией. При этом ее ядро составляют люди, привлеченные на территорию благодаря многочисленным позитивным отзывам других туристов, в том числе в интернете. Для многих посетителей эта поездка становится первым опытом путешествия на далекие от дома ООПТ, и большой объем комплиментарных отзывов играет решающую роль в этом выборе.

Тематическая установка определяет базовый принцип этого типа — статусность. Глобальная узнаваемость

бренда ООПТ и удаленность от крупных городов позволяет обращаться к аудитории как к особенной категории туристов, готовой к физическим нагрузкам и материальным затратам. Статусность — это и включенность территории в базовый ассоциативный ряд, связанный с Россией на мировом уровне, что привлекает иностранных посетителей.

Ключевая эмоция, которая характеризует этот тип ООПТ с точки зрения экотуризма — трепет. Посетитель испытывает трепет и до визита на территорию, и во время него. Это чувство связано с высоким уровнем ожиданий, который создается большим количеством публичных отзывов туристов, и тем, что ООПТ входит в списки знаковых мест России. Эмоции от пребывания на столь известной природной территории в сочетании с инфраструктурой высокого уровня комфорта поддерживают состояние трепета, которое рождает в посетителе ощущение «это все только для меня».

Целевые аудитории и сценарии использования территории



Консервативно-личностная мотивация

Молодая пара с туристическим опытом начального уровня. Выбирают место для отдыха по нескольким параметрам: проверенное направление, комфортное размещение на природной территории, возможность уложиться в умеренный бюджет. На ООПТ базируются на одной точке базового уровня комфорта. Предпочитают прохождение маршрутов низкой и средней сложности, будучи недостаточно экипированными для сложных маршрутов.



Прогрессивно-социетальная мотивация

Группа активных выносливых приятелей молодого и среднего возраста, объединенных любовью к походам. Многодневный совместный отпуск на ООПТ и становится для них социальным опытом. на территории интерес для них в первую очередь представляет не сама экосистема, а многообразие возможных физических активностей. Готовы к прохождению маршрутов средней и высокой сложности, а также занятиям, требующим специальных навыков. Размещаются в палатках, благодаря чему постоянно меняют место ночлега и достигают удаленных точек территории.



Прогрессивно-ценностная мотивация

Молодая семья, хорошо изучившая туристические предложения. Основная цель их визита — познакомить детей с экологическим разнообразием регионов России. В поиске подходящих вариантов они опираются на отсутствие массового туризма и аутентичность экосистем. Именно поэтому они выбирают удаленные от места проживания ООПТ, ради которых преодолевают существенные расстояния. Активно реагируют на активности, готовы к определенным физическим нагрузкам.



Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?	Сценарий
Молодая пара	Посещение знаковой туристической территории	Природные территории на удалении от места проживания	Знакомство с природными территориями России	Зависит от туристического продукта	Приезжают на ООПТ на несколько дней. Останавливаются в гостинице или хостеле. Ориентированы на традиционные туристические активности, сочетающие спортивные элементы и осмотр природных достопримечательностей.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?	Сценарий
Группа фанатов здорового образа жизни	Уникальные природные объекты	Природные территории на удалении от места проживания	Демонстрация физической подготовки за счет контакта с природной средой	Зависит от туристического продукта	Приезжают на ООПТ группой из 4–10 человек на несколько дней для прохождения сложного пешего или велосипедного маршрута, включающего удаленные участки. Ночуют в собственных палатках. В случае необходимости арендуют нужный инвентарь.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?	Сценарий
Родители средних лет с маленькими детьми	Статусный, но не массовый туристический объект	Природные территории на удалении от места проживания	Показать детям многообразие российской природы	Зависит от туристического продукта	Приезжают на ООПТ в отпуск на 5–7 дней. Останавливаются в гостинице на все время визита. Проходят маршруты низкой и средней сложности. При выборе активностей уделяют особое внимание тем, что способствуют экологическому просвещению детей.

Консервативная мотивация

Пара среднего возраста с невысоким доходом. Предпочитают покупку товаров для комфортной повседневной жизни тратам на впечатления и услуги, поэтому редко позволяют себе отпуск за пределами места проживания. Посещение ООПТ – запланированное и долгожданное событие, однако расходы на него пара стремится свести к минимуму. Останавливаются на территории на несколько дней в собственных палатках, базируясь в одном месте на все время пребывания.

Прогрессивно-личностная мотивация

Группа друзей предпенсионного и пенсионного возраста с доходами выше среднего. В визите на ООПТ им в первую очередь интересны занятия новыми видами физической активности. Готовы платить за услуги высокой ценовой категории. Стремятся посвятить отпуск общению и активному отдыху, поэтому предпочитают не тратить время на бытовые вопросы – например, самостоятельному приготовлению еды предпочитают ресторан. Несмотря на то, что тщательно спланировали пребывание на территории, в процессе отдыха охотно откликаются на новые предложения.

Консервативно-социетальная мотивация

Небольшая компания студентов или недавних выпускников, расценивающая посещение ООПТ как принадлежность к группе продвинутых путешественников и показатель высокого уровня жизни. В выборе мест размещения, услуг и маршрутов ориентируются на упоминания лидерами мнений и медийными личностями. Готовы приобретать и очень дорогие услуги и сервисы, и использовать недорогие предложения массового спроса. Имеют четкий список мест и активностей и редко отклоняются от него в ходе визита.

Консервативно-ценностная мотивация

Семья расширенного состава с детьми среднего и старшего школьного возраста. Ценят природную территорию за возможность запоминающегося семейного отдыха и расширения кругозора детей без значительных трат. Готовы провести на ООПТ много времени (от 10 дней), так как планируют отпуск на дни школьные каникул. Имеют общее представление о территории, но в ходе отдыха активно аккумулируют новые знания. Самостоятельному изучению территорий предпочитают групповые прогулки и экскурсии. Останавливаются в гостиницах и на базах отдыха, заранее забронировав их онлайн.

Прогрессивная мотивация

Небольшая компания друзей среднего возраста, занятая в интеллектуальных сферах труда, с доходом среднего и выше среднего уровня. Часть группы уже была на этой ООПТ и посещает ее снова, чтобы показать приятелям и пережить новый опыт. Предыдущие визиты произвели большое впечатление, поэтому группа частично повторяет старый маршрут и дополняет его новыми местами и активностями. Не тратят деньги на сувенирную продукцию и товары, но готовы оплатить дорогостоящую уникальную активность, такую как полет на вертолете. Интересуются местной культурой, открыты к коммуникации с местным населением.



Характеристика

Кто? Пара среднего возраста	Что? Узнаваемые объекты с возможностью бесплатного посещения	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Отпуск на знаковой природной территории без значительных трат	Когда? Зависит от туристического продукта	Прибывают на личном автомобиле, часто с запасом продуктов. Останавливаются в собственных палатках. Ориентированы на посещение традиционных туристических маршрутов, при этом не готовы платить за услуги и сервисы.
---------------------------------------	--	---	---	---	---

Сценарий

Кто? Группа друзей старшего возраста	Что? Отпуск на природе в условиях высокого комфорта	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Разнообразные физические активности	Когда? Зависит от туристического продукта	Прибывают по отдельности, встречаясь непосредственно на ООПТ, чтобы провести вместе 5–7 дней. Останавливаются в гостевых домах высокой ценовой категории, удаленных от основных туристических маршрутов и других мест размещения. Арендуют специализированные виды транспорта (квадроциклы, снегоходы, моторные лодки).
--	---	---	---	---	---

Кто? Компания студентов и недавних выпускников	Что? «Инстаграмное» место природной территории	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Стремление стать одними из первых посетителей	Когда? Зависит от туристического продукта	Организовано прибывают на территорию общественным транспортом. В ходе многодневного отдыха на территории несколько раз меняют место размещения, совмещая проживание в местах высокого класса (глэмпинги, бутик-отели) и хостелах и гостиницах низкой ценовой категории. Активно используют платные туристические предложения.
--	--	---	---	---	---

Кто? Семья с детьми среднего и старшего школьного возраста	Что? Узнаваемые ландшафты и территории	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Возможность совместного отдыха	Когда? Зависит от туристического продукта	Прибывают на территорию трансфером, организованным местом размещения или туристической компанией. Размещаются в гостиницах или гостевых домах классического типа и средней ценовой категории. Проходят основные маршруты и обращают внимание на события на территории.
--	--	---	--	---	--

Кто? Компания друзей-интеллектуалов среднего возраста	Что? Новое рекреационное предложение территории	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Повторное посещение территории в поисках нового переживания	Когда? Зависит от туристического продукта	Прибывают на территорию на 3–6 дней в рамках отпуска. Имеют четкий план визита на ООПТ, но в целом гибки и готовы от него отклоняться. Останавливаются в уникальных местах размещения, отражающих местную специфику и не известных широкой аудитории.
---	---	---	---	---	---



Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- Качественным товаром выступает уникальный и всемирно узнаваемый природный ландшафт, доступный МГН за счет специальных маршрутов. Одновременно необходимо предложить и тропы, создающие впечатление отсутствия человеческого вмешательства (поручней, мощения).
- Ценной услугой могут выступать уникальные комфортные места размещения, удаленные от туристических потоков, включая глэмпинги
- Уникальным впечатлением выступают активности, подчеркивающие удаленное расположение ООПТ. Такие активности — как спортивные, так и познавательные — должны распределять туристические потоки по территории для сохранения чувства уединенного контакта с природой.

Общая характеристика услуг

- Просветительские услуги способны трансформировать широкий интерес к ООПТ в формирование волонтерского ядра территории. Развитие волонтерской деятельности перспективно благодаря престижности бренда территории и актуальности экологической повестки.
- Туристические услуги формируются вокруг контакта с уникальным и глобально известным природным ландшафтом, визит в который зачастую становится единственным за всю жизнь.
- Развлекательные услуги состоят в индивидуальных досуговых предложениях, которые помогают распределять различные аудитории по территории — их потоки пересекаются лишь в туристско-информационных центрах.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- Просветительская программа. Ориентирована не только на русскоязычных, но и на англоязычных туристов в связи с глобальной популярностью ООПТ. Программа должна предлагать события для детей школьного возраста в связи с популярностью этой категории ООПТ среди семей расширенного состава.
- Культурные мероприятия. Территория представляет ценность сама по себе и привлекает стабильно высокий поток посетителей. Инфраструктура высокого уровня и большое количество мест размещения позволяют проводить события, интересные не только российской, но и иностранной аудитории.
- Размещение. В условиях широкой известности бренда территории необходимо предоставить возможность уединенного отдыха с ощущением близкого контакта с природой в условиях среднего и высокого уровня комфорта, что может быть достигнуто через создание системы глэмпингов.

- Питание. Основой предложения общественного питания должен стать, с одной стороны, акцент на местные специалитеты, традиционные и переосмысленные местные рецепты, а, с другой, ориентация на клиентов разной покупательной способности. Целесообразно развитие как точек общественного питания низкой ценовой категории в формате пит-стопа, так и мест способных предложить концептуальную авторскую кухню.
- Прогулки и наблюдения за природой. Этот тип ООПТ предполагает развитие многочисленных однодневных и многодневных пеших маршрутов. Отправные точки маршрутов должны быть оборудованы центрами «готовности к походу». В них размещаются вайфай-точка, зарядные точки, стенды с рекомендациями полезных мобильных приложений и списками предметов, необходимых для похода.

Рекомендации по разработке символики

- Входная группа может отражать символы недоступности и нетронутости территории. Она должна создавать у посетителя ощущение воодушевления за смелый выбор и усилия, затраченные на дорогу.
- Иконическим объектом может стать характерная геофизическая особенность ООПТ или характерные представители местной экосистемы.

Принципы организации программной сетки

- Знаковое событие проходит раз в год, имеет международно узнаваемый бренд и отличается высоким уровнем организации. Таким событием может быть международное культурное событие (музыкальный или кинофестиваль) или международное спортивное событие.
- Особый подход к государственным праздникам не релевантен.
- Дни недели и сезонность. Учитывая, что туристы приезжают в многодневные туры и зачастую в составе расширенной семьи, стоит планировать основные мероприятия на сезон отпусков, продолжительные государственные праздники и дни школьных каникул.
- Специальные проекты с внешними партнерами должны учитывать характер остальных мероприятий. Если планируемое мероприятие выбивается из программной сетки, его следует проводить в периоды минимальной событийной насыщенности (вне периодов высокого спроса). Рекомендуется тщательный отбор спецпроектов, чтобы не навредить сложившейся репутации бренда ООПТ.

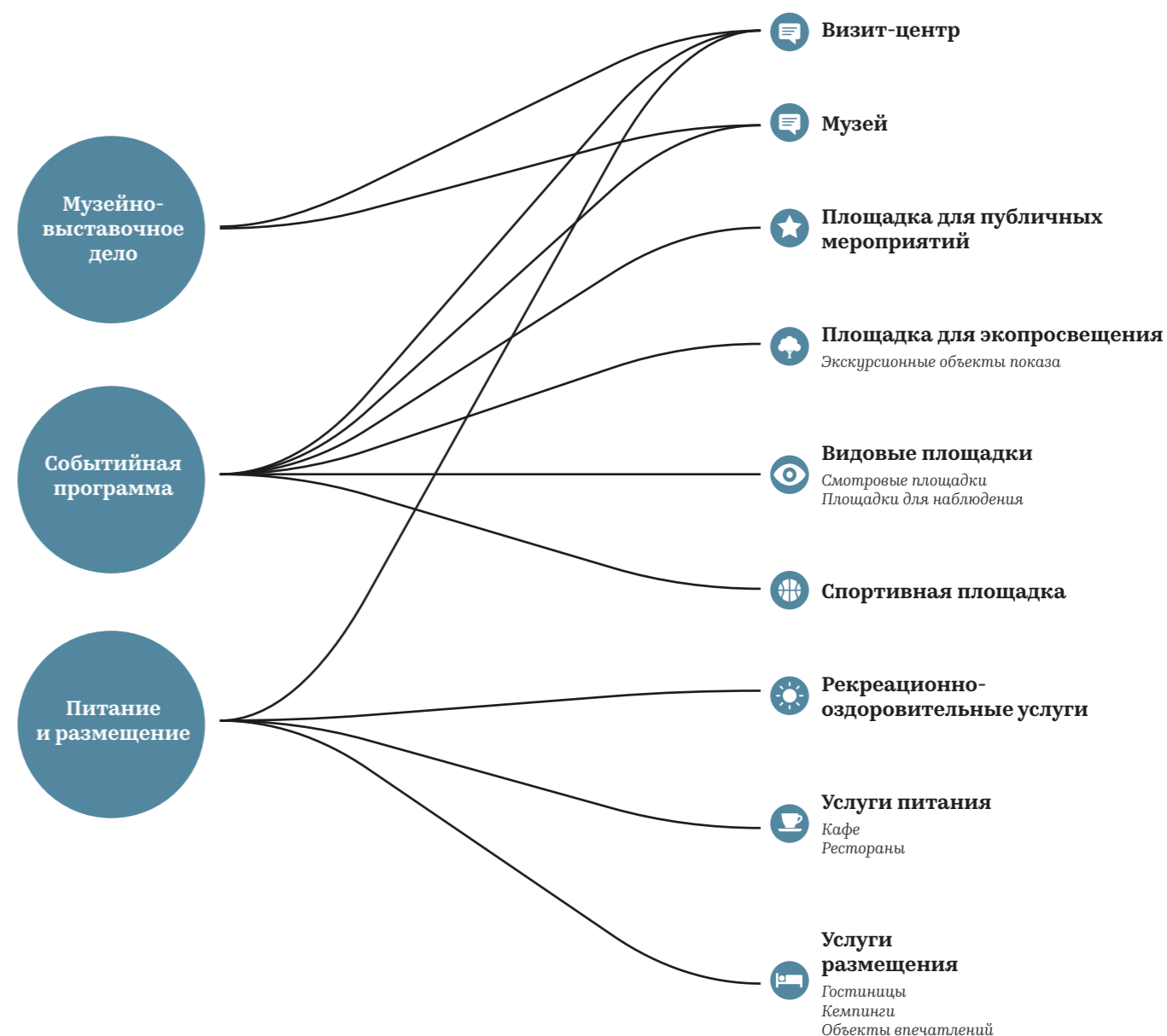
Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Модельные функции

Модельные объекты





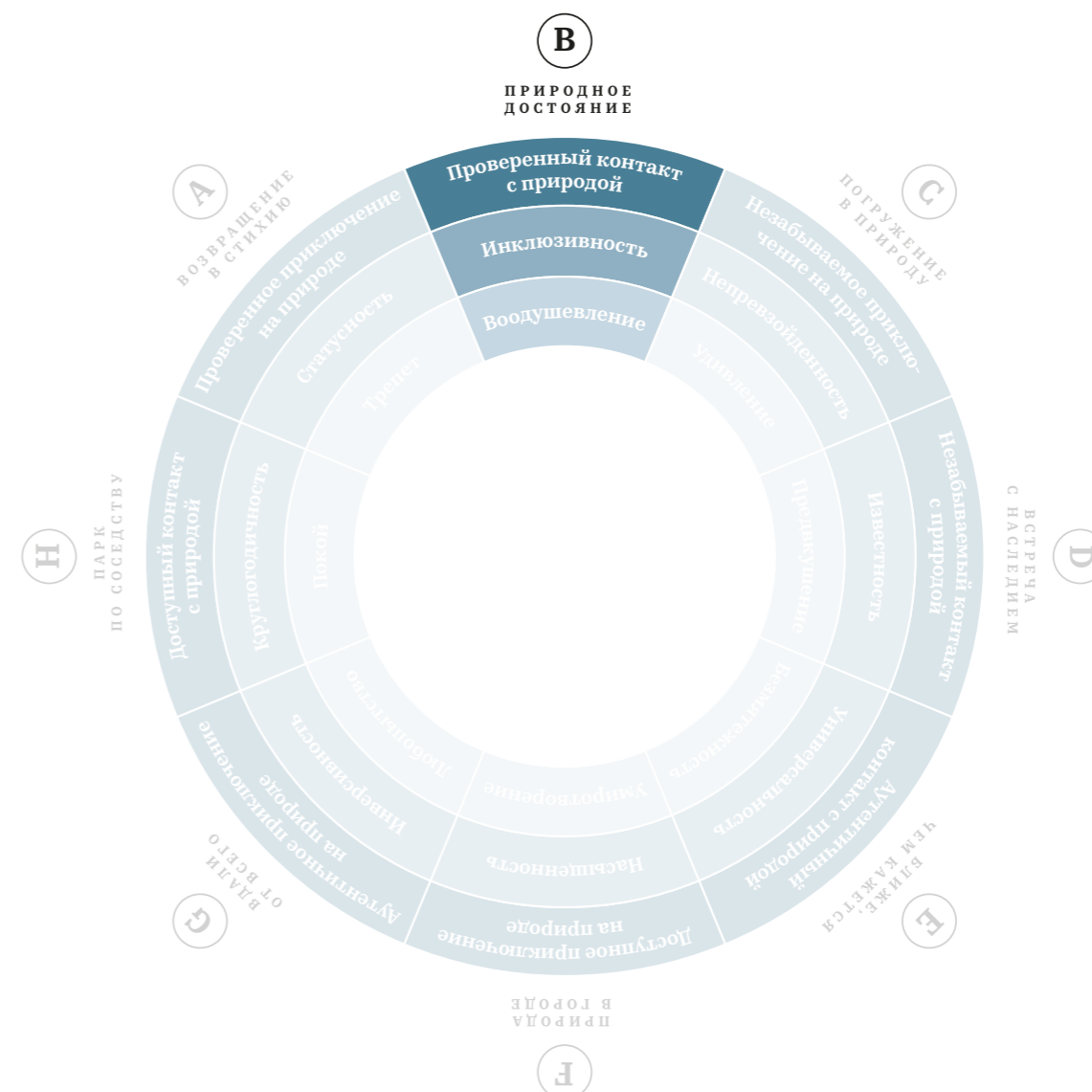
В

**Природное
достояние**

Описание типа

Тип «Природное достояние» — это проверенный контакт с природой, мозаика чудес, завораживающих своим величием. Хорошо известные каждому жителю России, они служат визуальными ориентирами в масштабе страны и притягивают посетителей со всего мира.

Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- однодневные визиты;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Формула этого типа — «Природное достояние» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа заключается в возможности проверенного контакта с природой. Активный ритм жизни формирует у горожан запрос на времяпровождение на природных территориях, преимущественно в формате отпуска или каникул. Дефицит времени и желание сохранить привычный комфорт при близком контакте с природой формируют основные запросы пользователей относительно этого типа ООПТ. Туристы заинтересованы в различных форматах активностей, как инклюзивных, так и эксклюзивных.

Тематика определяет базовый принцип данного типа — инклюзивность. Ценностное предложение парка состоит в широком выборе разнообразных активностей для посетителей разного возраста и достатка, а также в пространственной доступности, обеспеченной за счет организации необходимой инфраструктуры.

Ключевая эмоция, которая характеризует этот тип ООПТ с точки зрения экотуризма, — воодушевление. Изучение уникальных природных объектов, а также комфортные условия пребывания на территории, отсутствие стресса, связанного с временными и материальными затратами на дорогу, инклюзивность туристических предложений способствуют эмоциональному подъему.



Целевые аудитории и сценарии использования территории



Консервативно-социетальная мотивация

Молодые люди, прибывающие на территорию группами или в одиночку, для краткосрочного интенсивного отдыха. Хотят посетить уникальные природные достопримечательности со взаимодействием через дополнительные услуги и программы. Готовы потратить на дорогу значительное, но не критическое количество времени.



Прогрессивно-социетальная мотивация

Группа активных выносливых приятелей молодого и среднего возраста, объединенных любовью к походам. Многодневный совместный отпуск на ООПТ и становится для них социальным опытом. На территории интерес для них в первую очередь представляет не сама экосистема, а многообразие возможных физических активностей. Готовы к прохождению маршрутов средней и высокой сложности, а также занятиям, требующим специальных навыков. Размещаются в палатках, благодаря чему постоянно меняют место ночлега и достигают удаленных точек территории.



Консервативно-ценностная мотивация

Молодые люди, регулярно выезжающие на природу компанией в период отпуска. Для этой группы посетителей важно сочетание комфорта, знаковых природных объектов и насыщенной программы. Готовы потратить на дорогу значительное время.

Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?	Сценарий
Студенты старших курсов и молодые специалисты	Туристический продукт, предполагающий интенсивное взаимодействие с отдельным природным объектом	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Демонстрация осознанного подхода к выбору мест отдыха	Зависит от туристического продукта	Прибывают на общественном транспорте. Ночуют в палатках, либо снимают гостевой дом на всю компанию. С энтузиазмом участвуют в заранее спланированной групповой активности – например, пешем зимнем походе.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?	Сценарий
Группа друзей старшего школьного возраста или студентов курсов вузов	Уникальные сервисы и события на природе	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Совместный отдых, сочетающий контакт с природой и пользование сервисной инфраструктурой	Зависит от туристического продукта	Приезжают в туристический сезон. Останавливаются в гостинице либо арендуют гостевой дом. Заинтересованы в сервисах с местным колоритом, таких как спа с аутентичными процедурами и средствами ухода, рестораны местной кухни, сувенирные магазины, музеи.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?	Сценарий
Группа друзей, регулярно посещающих природные территории в отпуск	Площадка для отдыха, предлагающая уникальный опыт и комфортные условия размещения	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Полноценный отдых в комфортных условиях	Зависит от туристического продукта	Прибывают на ООПТ на собственных автомобилях. Останавливаются в гостиничных номерах либо арендуют гостевой дом на всю компанию. Принимают активное участие в событийной программе ООПТ – как спортивной, так и культурно-просветительской. Посещают музеи, арендуют спортивный инвентарь.

Консервативная мотивация

Путешествуют группой с лидером старшего возраста. Желают получить новый опыт и проявить спортивные навыки в природной среде. Заинтересованы получить максимум впечатлений от активностей при минимальных тратах, так как ограничены в ресурсах.

Консервативно-личностная мотивация

Компании студентов творческих университетов, которые хотят получить новые впечатления от контакта с природой. Не планируют сценарий отдыха заранее, выбирая те или иные активности уже на месте. Особенно заинтересованы в досуге, основанном на визуальной составляющей и недоступном в городской среде: наблюдение за северным сиянием, местной флорой и фауной.

Прогрессивно-личностная мотивация

Специалист из большого города со средним или высоким достатком, который готов взять отпуск в любое время, независимо от сезона, чтобы сменить обстановку и отдохнуть от работы и семьи. Заинтересован в максимально необычных впечатлениях на удаленной природной территории с хорошей транспортной доступностью.

Прогрессивно-ценностная мотивация

Компания старшего возраста, самостоятельно организующая поездку. Нацелены на отдых на природе с богатой культурно-образовательной программой. Ценят возможность общения в группе и совместных занятий активностями. Заинтересованы в получении эксклюзивных туристических услуг.

Прогрессивная мотивация

Пара с высоким доходом – зачастую за счет собственного бизнеса. Выбирают активности и услуги с местным колоритом. Охотно идут на контакт с другими посетителями, поскольку заинтересованы в общении, новых знакомствах, совместном времяпровождении.

Характеристика

Кто?

Старше-классники и студенты младших курсов

Что?

Насыщенная событийная программа на природе

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Общение с привычными людьми в новом формате

Когда?

Зависит от туристического продукта

Сценарий

Приезжают на ООПТ на общественном транспорте, выбрав самый дешевый маршрут с несколькими пересадками, на весь период каникул. Живут в палатках, готовят пищу самостоятельно. Участвуют в культурной программе, спортивных мероприятиях, могут арендовать оборудование (велосипеды, каяки).

Кто?

Группа студентов творческих специальностей

Что?

Уединение в природной среде

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Поиск вдохновения

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают группой на общественном транспорте на несколько дней. Останавливаются в кемпинге или недорогой гостинице. Заинтересованы в получении максимально эксклюзивных туристических услуг по наименьшей стоимости. Заказывают такие услуги на месте, изучив все предложения, – например, оплачивают гида для прохождения короткого маршрута.

Кто?

Специалист из крупного города со средним или высоким достатком

Что?

Мероприятия, способствующие духовному развитию

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Поиск душевного спокойствия вдали от города

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжает на ООПТ в одиночку на общественном транспорте. Организует программу самостоятельно, но может договориться о встрече с единомышленниками на месте. Открыт к необычному опыту взаимодействия с природной, культурной, этнической средой территории. Заинтересован в изучении мифологии места, восприятии его через экстремальные активности.

Кто?

Группа людей предпенсионного возраста

Что?

Уникальная природная территория с культурно-образовательной программой

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Общение со старыми знакомыми на природе, вдали от города

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают на территорию на общественном транспорте. Проживают в гостевых домах или мини-гостинице. Изучают ООПТ группой или в парах через прогулки и треккинг. По вечерам участвуют в культурно-досуговой программе, ужинают в ресторанах или кафе.

Кто?

Пара средних лет с высоким доходом

Что?

Отдых на уникальной природной территории

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Изучение природного наследия России

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают на личном автомобиле или общественном транспорте бизнес-класса. Проживают в индивидуальных гостевых домах. На территории пользуются персональными услугами: охота, баня, сбор цветов. Принимают участие в местных праздниках – особенно интересуются мероприятиями, связанными с традициями коренного населения.

Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- Качественным товаром выступают знаковые природные объекты территории. Туристическое предложение строится на связности таких объектов на фоне базовой ценности природной среды ООПТ. Для комфортного осмотра природных объектов создаются системы пешеходных маршрутов, мест отдыха, навигации.
- Ценной услугой становятся аутентичные места размещения и питания, в основе которых лежат отсылки к местным традициям. Для этого необходимо привлечение как коммерческих партнеров (организаторов размещения и питания), так и некоммерческих (краеведов и маркетологов).
- Уникальным впечатлением выступают эксклюзивные услуги и сервисы. Это прокат специализированного оборудования (например, снегоходов в зимний период), необычные места размещения, экскурсии по заповедным тропам за дополнительную плату. Разработка таких услуг требует привлечения экспертов и предпринимателей с необходимым оборудованием.

Общая характеристика услуг

- Просветительские услуги связаны с информированием о глобальной повестке ООПТ, влиянии человека на экосистемы и возможных путях минимизации антропогенного воздействия. Акцент делается на необходимости защиты конкретного ООТ.
- Туристические услуги состоят в возможности взаимодействия со знаковыми природными объектами, расположенными в непосредственной близости друг от друга. Этот опыт доступен большинству пользователей и позволяет качественно отдохнуть на природной территории вне зависимости от запроса.
- Развлекательные услуги основываются на разработке культурно-просветительской программы с максимально широким спектром мероприятий для различных групп посетителей. Программа формируется с учетом природных и культурно-этнических особенностей ООПТ.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- Просветительская программа. Ориентируется на глобальную экологическую повестку с фокусом на вызовы для конкретного ООПТ и возможные пути их решения. Также включает в себя знакомство с идентичностью коренного населения территории.
- Культурные мероприятия. Возможно как обращение к культурной идентичности территории, так

и разработка оригинальной образовательно-развлекательной программы для детей и взрослых.

- Размещение. Учитывая разнообразие целевых аудиторий, целесообразно организовать широкий спектр мест размещения: места для стоянки с палаткой, кемпинги, гостиницы, индивидуальные гостевые дома, глэмпинги, туристические базы, оригинальные форматы (кордоны, шатры).
- Питание. Основной принцип — сочетание привычных блюд европейской кухни и местных специалитетов. Необходим широкий выбор заведений: от недорогих кафе до ресторанов высокой кухни. Обязательно создание инфраструктуры для самостоятельного приготовления и приема пищи посетителями (кухни в местах размещения соответствующих форматов, площадки для барбекю, места для пикников).
- Прогулки и наблюдение за природой. Этот тип ООПТ подразумевает разнообразие активностей, связанных со взаимодействием со знаковыми природными объектами: прогулки на велосипедах, альпинизм, каякинг, маршруты для изучения флоры и фауны, панорамные площадки.

Рекомендации по разработке символики

- Входная группа отражает базовый образ ООПТ, созданный на основе его самых характерных черт.
- Иконическим объектом может стать один из знаковых природных объектов ООПТ.

Принципы организации программной сетки

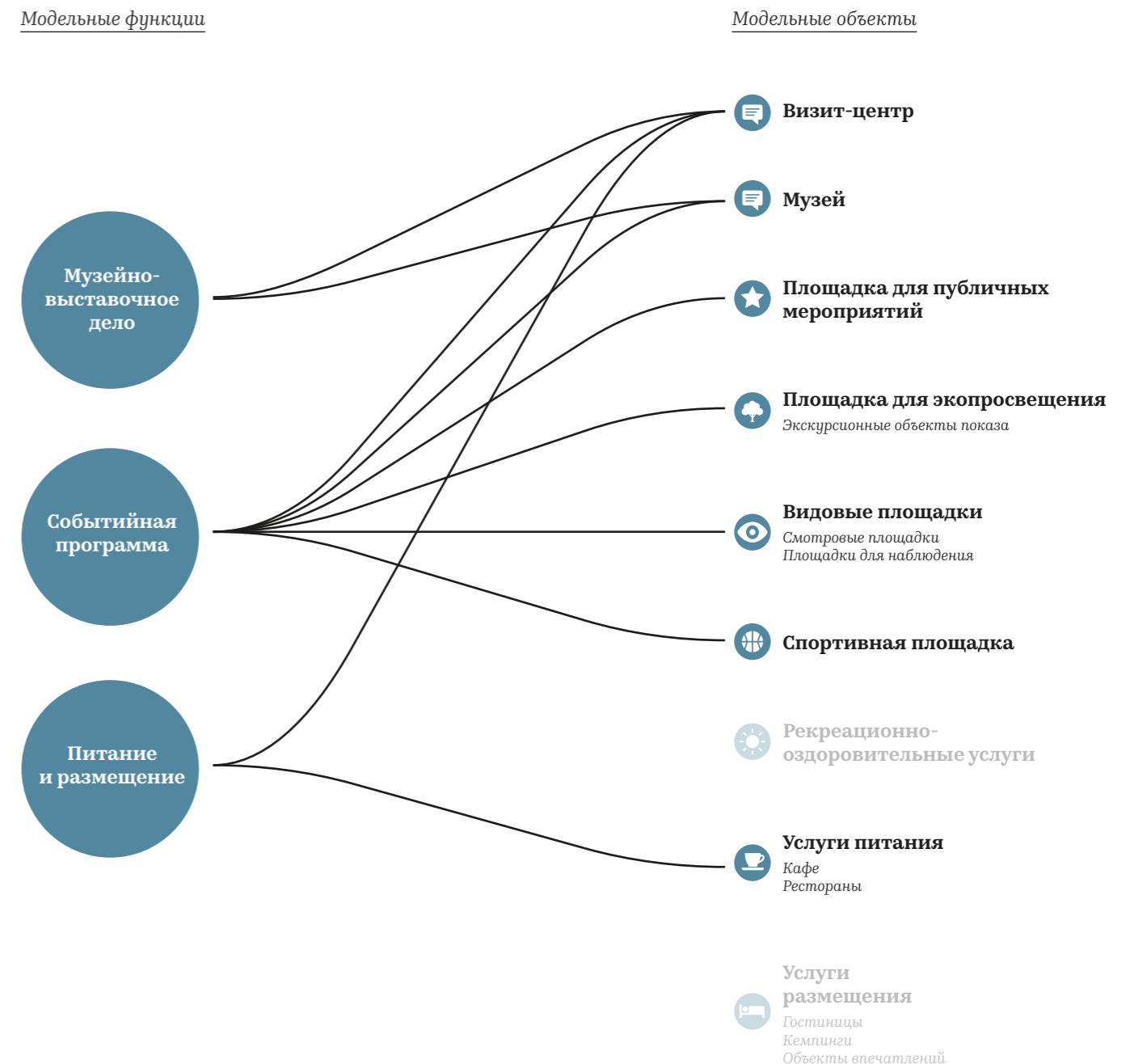
- Знаковые события должны происходить каждый сезон, чтобы отвечать запросам большого потока разных целевых аудиториям. Они могут быть связаны с культурными традициями региона, сменой сезонов, природными явлениями, жизнью животных и растений.
- Особый подход к государственным праздникам состоит в фокусе на региональные и локальные праздники, в особенности связанные с местными культурными и этническими особенностями. ООПТ может выступать драйвером популяризации местной культуры.
- Дни недели и сезонность. Основная масса мероприятий планируется на сезон отпусков и выходные дни. В низкий сезон и по будням необходимо поддерживать минимальную событийную программу.
- Специальные проекты с внешними партнерами должны учитывать характер остальных мероприятий. Если планируемое мероприятие выбивается из программной сетки, его лучше проводить в периоды минимальной событийной насыщенности (будни, низкий сезон).

Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- однодневные визиты;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Модельные функции





С

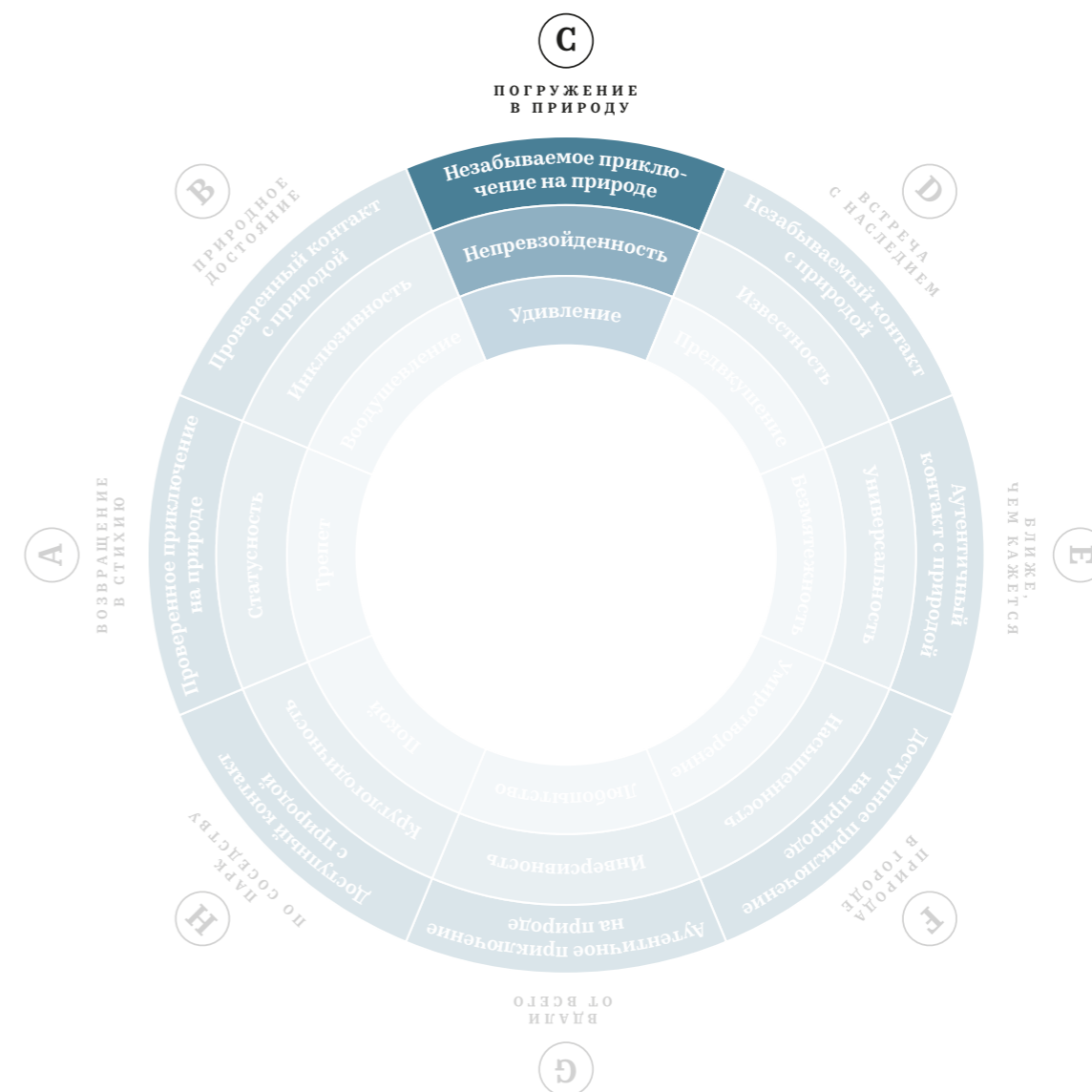
Погружение
в природу

Описание типа

Тип «Погружение в природу» — это незабываемое приключение на природе, заповедное путешествие в нетронутые человеком уголки России. Визит сюда формируют неповторимое ощущение величия природных богатств, сохраняемых всем человечеством.



Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для рекреации.

Формула этого типа ООПТ — «Погружение в природу» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа состоит в возможности испытать *незабываемое приключение на природе*. Рутинная жизнь в городах рождает в пользователях стремление к ярким новым впечатлениям. Подобный запрос формирует туристическое предложение с элементами приключения и нетривиальными активностями, связанными с уникальными природными объектами.

Тематическая установка определяет базовый принцип этого типа, — *непрезвзойденность*, которая состоит в привлекательности объекта на глобальном уровне. Опыт, который можно получить здесь, неповторим

как с точки зрения природных характеристик ООПТ, так и в отношении туристических услуг.

Ключевая эмоция, которая характеризует этот тип ООПТ с точки зрения экотуризма — *удивление*. Поездка сюда создает ощущение приключения, территория поражает своими природными характеристиками, а уровень услуг оказывается неожиданно высоким для столь отдаленного места. Посетители постоянно испытывают приятное удивление от полноты и глубины контакта с природой и качества туристических сервисов.



Целевые аудитории и сценарии использования территории



Прогрессивно-личностная мотивация

Молодые люди, которые готовы потратить значительные средства и сменить несколько видов транспорта, чтобы добраться до ООПТ и провести на территории несколько дней. Путешествуют в одиночку, но могут и присоединиться к группе единомышленников или собрать такую группу самостоятельно. Их главная цель на ООПТ — прохождение насыщенного маршрута с полным погружением в природную среду.



Прогрессивно-ценностная мотивация

Пожилая семейная пара с достаточным опытом путешествий по России и за рубежом. В визите на ООПТ этого типа их привлекает возможность увидеть знаковые природные объекты того типа, с которым они еще не знакомы. Заинтересованы в полноценном отпуске на территории, поэтому готовы потратить на поездку время и средства.



Прогрессивная мотивация

Специалист в интеллектуальных сферах труда с высоким доходом, заинтересованный в многодневном разнообразном отдыхе, ради которого готов потратить время и деньги на дорогу. Путешествует один, реже в компании друзей. Хочет не только осмотреть природные достопримечательности, но и познакомиться с местной культурой и бытом. Склонен выбирать и приобретать туристические услуги на месте, а не бронировать их заранее.

Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Студенты престижных вузов и молодые выпускники	Прохождение специального маршрута на природе	Природные территории на удалении от места проживания	Необычный формат отдыха в уникальной природной среде	Зависит от туристического продукта

Сценарий

Приезжают на ООПТ на несколько дней для прохождения специального маршрута в составе группы. Во время похода особенно заинтересованы в видовых характеристиках территории и знаковых объектах — активно пользуются смотровыми площадками, делают множество фотографий. Во время путешествия проживают в гостиницах.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Семейная пара предпенсионного возраста с опытом путешествий	Посещение уникальных природных объектов	Природные территории на удалении от места проживания	Поиск нового туристического опыта	Зависит от туристического продукта

Приезжают на ООПТ в отпуск. Хотят максимально полно ознакомиться с природными достопримечательностями, но также заинтересованы и в изучении местной культуры. Посещают экспозиции в туристических центрах, музеи.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Представитель интеллектуальных профессий средних лет с высоким доходом	Уникальные природные объекты России	Уникальные природные объекты России	Познакомиться с аутентичным природным наследием России	Зависит от туристического продукта

Прибывает на прилегающую к ООПТ территорию за несколько дней до визита. Останавливается в гостинице или индивидуальном гостевом доме. Принимает участие в групповом одно- или многодневном пешем походе под руководством гида. Питается в кафе или ресторане на ООПТ.

Консервативная мотивация

Пара среднего возраста, которая хочет провести семейный праздник, например, отметить юбилей свадьбы, в необычном месте. Им важно получить яркие впечатления без избытка трат, иметь возможность добраться до территории без посредников и специального транспорта. Готовы потратить много времени на самостоятельное исследование территории, склонны жертвовать комфортом ради экономии.

Консервативно-личностная мотивация

Молодые люди из больших городов, занятые в творческих сферах деятельности. Хотят получить массу новых ярких впечатлений от активного времяпровождения. Большое значение для них имеет общение с единомышленниками и установление новых социальных связей. Одинаково ценят как комфортные, так и дискомфортные условия – в последних видят своеобразное приключение.

Консервативно-социетальная мотивация

Молодые семьи или пары, желающие провести отдых в исключительном месте и не жалеющие значительных средств для осуществления этого плана. Заинтересованы в дополнительных услугах больше, чем в получении максимального опыта и впечатлений территории и объектов. Проводят время вместе, пользуются услугами общепита.

Прогрессивно-социетальная мотивация

Молодые люди и девушки, которые хотят совершить захватывающее путешествие, обещающее много открытий. Заинтересованы в оригинальных маршрутах, видовых точках, индивидуальной программе посещения. Практически не пользуются сервисными услугами, воспринимая минимально комфортные условия как часть приключенческого опыта.

Консервативно-ценностная мотивация

Пожилые родители, которые отправились в путешествие со своими взрослыми детьми для получения нового совместного опыта. Заинтересованы не только в осмотре территории, но и в культурной программе, интересной всем членам семьи. Пользуются индивидуальными сервисными услугами, не склонны к экстремальному времяпровождению или слишком новаторским форматам активностей.



Характеристика

Кто?

Обеспеченная пара среднего возраста

Что?

Однократное получение новых впечатлений

Где?

Удаленная территория, куда можно добраться самостоятельно

Почему?

Проведение семейного праздника или юбилея

Когда?

Проведение семейного праздника или юбилея

Приезжают на ООПТ на личном или арендованном транспорте. Живут в гостевом доме, готовят сами. Сосредоточены на осмотре природных объектов во время прогулок. Знакомятся с территорией и объектами самостоятельно, пользуясь платными услугами по минимуму.

Сценарий

Кто?

Группа молодых людей креативных профессий

Что?

Тур-экспедиция с единомышленниками

Где?

Труднодоступная природная территория

Почему?

Знакомство и общение с получением нового совместного опыта

Когда?

В зависимости от туристического продукта

Приезжают на ООПТ в составе группы. Проводят время общаясь с друг другом, самостоятельно организуют досуг, отталкиваясь от общих интересов. Вечером общаются в своем кругу, посещают кафе и рестораны на ООПТ. Активно занимаются фото и видео-съемкой.

Кто?

Две молодые семьи или пары, традиционно путешествующие друг с другом

Что?

Уникальный туристический продукт в формате «все включено»

Где?

Уникальная природная территория с развитой инфраструктурой

Почему?

Демонстрация покупательской способности и широкого кругозора

Когда?

В зависимости от туристического продукта

Приезжают на территорию самостоятельно организованным трансфером. Проводят на территории значительное, но не максимально возможное время. Живут в гостинице. Не склонны к рискованным или требующим хорошей физической подготовки активностям. Предпочитают спокойные прогулки по территории и посещение видовых точек.

Кто?

Группа студентов первых курсов престижных учебных заведений

Что?

Туристическая поездка с элементами экспедиции

Где?

Природная территория с потенциалом для экстремального опыта

Почему?

Ради преодоления интересного маршрута, открытия новых объектов

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают на ООПТ за несколько дней до начала запланированной ключевой туристической активности. Проводят на природе объекта максимальное количество времени. В последние дни отдыха могут позволить сервисные услуги высокого класса в качестве вознаграждения за стойкость и смелость. Не заинтересованы в активном спортивном времяпровождении.

Кто?

Пожилая пара со взрослыми детьми и их супругами

Что?

Удаленная природная территория с возможностью для семейного отдыха

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Совместный отдых непривычного формата

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают на ООПТ самостоятельно заказанным групповым трансфером. Проживают в гостевом доме, готовят пищу самостоятельно. Подробно осматривают территорию, много времени проводят в прогулках и наблюдении за природой. Общаются преимущественно семейным кругом, но могут быть заинтересованы присоединиться к группе на месте.



Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- Качественным товаром выступают уникальные природные объекты, вокруг которых строится сервисная и туристическая программа. Доступ к ним формируется с минимальным вмешательством в природную среду – по исторически сложившейся инфраструктуре с необходимыми улучшениями.
- Ценной услугой служат оригинальные предметы в память о месте, возможно, изготовленные пользователем самостоятельно в рамках специальных активностей. Для формирования услуги необходимо привлечение местных бизнесов, ремесленников, экспертов по местной культуре.
- Уникальным впечатлением выступают персональные услуги – индивидуальные экскурсии, доступ к точкам осмотра с труднодоступных мест, например, с воздуха. Разработка таких услуг требует привлечения экспертов и предпринимателей, располагающих необходимым оборудованием.

Общая характеристика услуг

- Просветительские услуги формируются за счет информирования об истории ООПТ, ее экосистеме и природных достопримечательностях, а также о культуре и традициях коренного населения. Акцент делается на уникальности и несравненности ООПТ, ее нетронутости.
- Туристические услуги состоят в предложении взаимодействия с уникальной природной средой, доступ к которой создает незабываемое впечатление. Подобные услуги позволяют получить ни с чем не сравнимый опыт.
- Развлекательные услуги носят индивидуальный характер. Конкурентное преимущество ООПТ – возможность получить малодоступные впечатления здесь и сейчас.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- Просветительская программа. Акцент – на мировые экологические вызовы и проблемы изменения окружающей среды, представление возможных путей решения таких проблем. Это может быть достигнуто за счет организации регулярных мероприятий, освещающих влияние глобальных процессов на природную среду конкретного ООПТ.
- Культурные мероприятия. Построены на обращении к культурной идентичности территории с помощью современного дизайна и интерактивных способов взаимодействия. Возможна разработка включенного наблюдения за живой природой территории с минимальным воздействием на экосистему.

- Размещение. Традиционные для территории форматы жилья, а также гостевые дома минимального и среднего уровня комфорта, качественные хостелы.
- Питание. Основной принцип – традиционные для региона рецепты и методы приготовления в современной интерпретации, использование местных продуктов. Диапазон предложения – от фастфуда до ресторанов авторской кухни.
- Прогулки и наблюдение за природой. Одно- и многодневные программы прогулок формируются вокруг знаковых объектов показа.

Рекомендации по разработке символики

- Входная группа может отражать образ знакового объекта ООПТ в современной интерпретации.
- Иконическим объектом может стать знаковый объект территории.

Принципы организации программной сетки

- Знаковое событие проходит один или два раза в год. Оно может быть приурочено к открытию / закрытию сезона или посвящено знаковому природному объекту на ООПТ.
- Особый подход к государственным праздникам не релевантен для этого типа ООПТ.
- Дни недели и сезонность. Учитывая преобладание многодневных визитов стоит планировать основные мероприятия на сезон отпусков и выходные дни.
- Специальные проекты с внешними партнерами должны учитывать характер остальных мероприятий. Если планируемое мероприятие выбивается из программной сетки, его лучше проводить в периоды минимальной событийной насыщенности (вне туристического сезона).

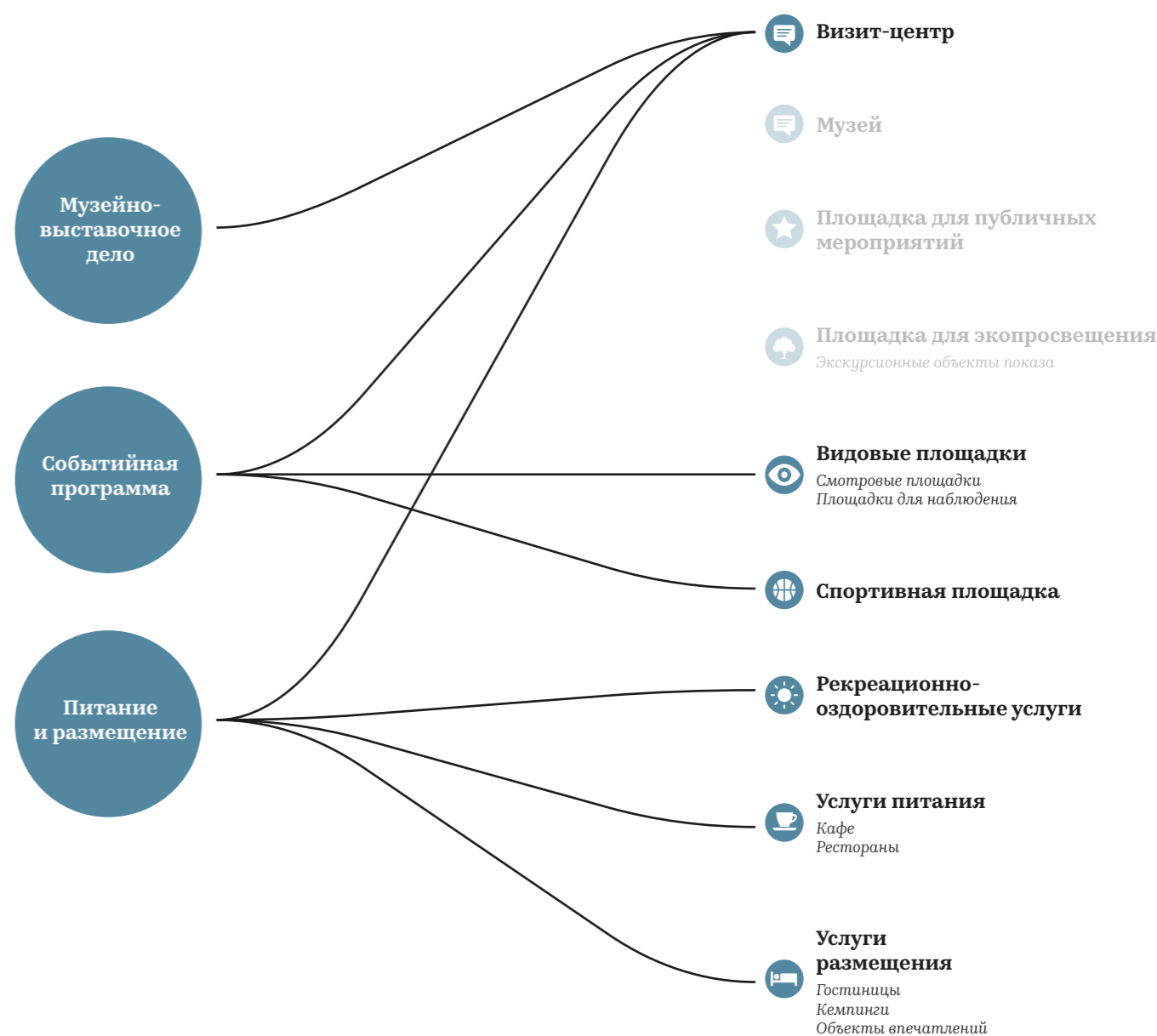
Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для рекреации.

Модельные функции

Модельные объекты





D

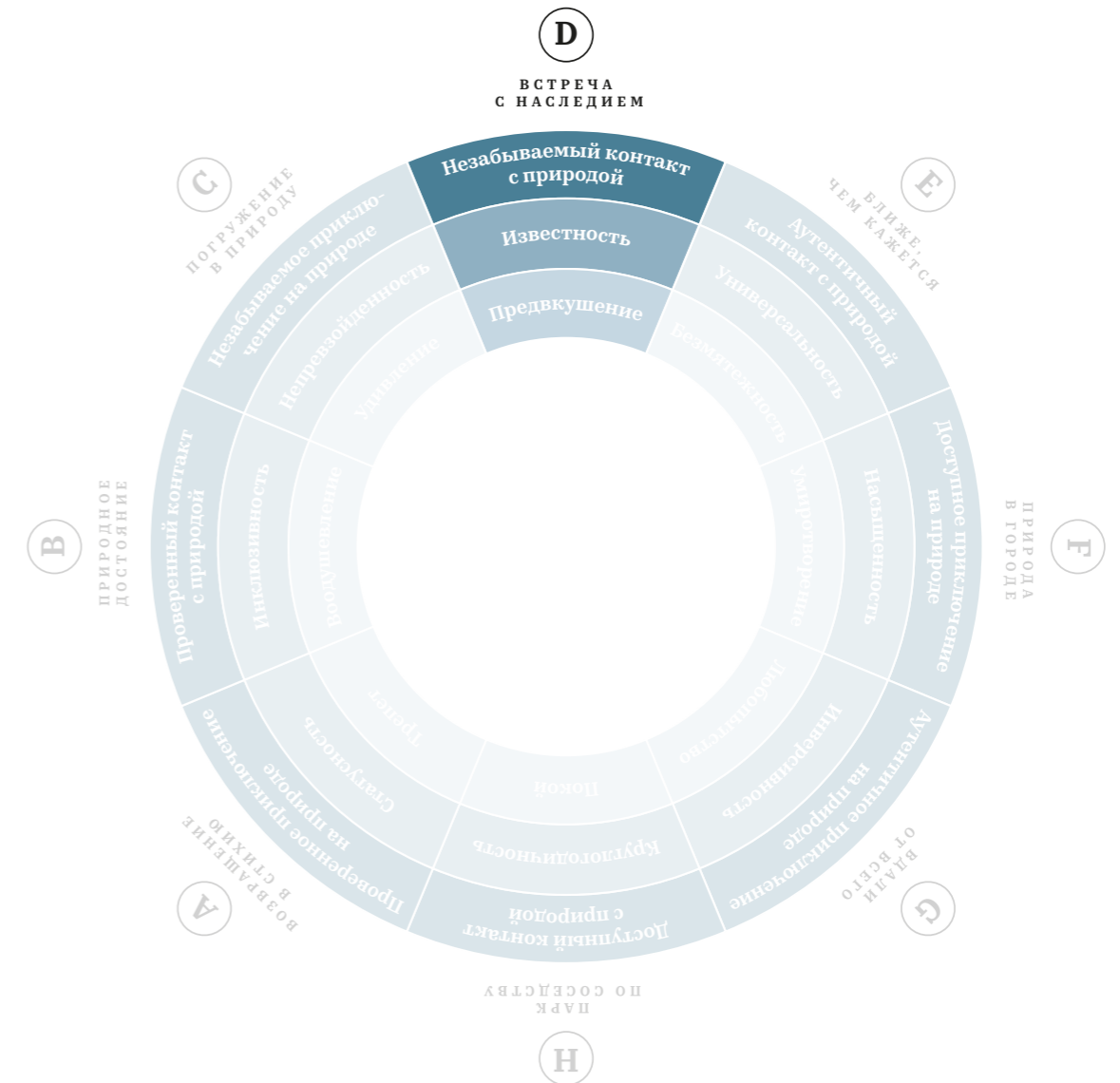
**Встреча
с наследием**

Описание типа

Тип «Встреча с наследием» — это незабываемый контакт с природой, набор диковин, которыми так богата природа Россия. Каждая такая природная территория дарит возможность прикоснуться к неповторимым природным ландшафтам.



Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- визиты продолжительностью один день;
- потенциал для рекреации.

Формула этого типа ООПТ — «Встреча с наследием» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа состоит в возможности незабываемого контакта с природой. Потребности в изучении природного мира и активном взаимодействии с природной средой формирует спрос на туристические услуги, создающие возможность близкого и детального знакомства с природными объектами. Фокус на одной или нескольких выбранных темах позволяет предоставить разнообразный и качественный туристический продукт в этой сфере.

Тематическая установка определяет базовый принцип этого типа — иззнестность, которая заключается в том, что у посетителя есть понимание значимости

и уникальности ООПТ, сформированное благодаря произведениям литературы и искусства, материалам СМИ и сарафанному радио. Ценностное предложение подразумевает одновременно инклюзивность сервисов и предоставление узкоспециализированных услуг.

Ключевая эмоция, которая характеризует этот тип ООПТ с точки зрения экотуризма, — предвкушение. Благодаря иззнестности объекта посетители имеют определенные ожидания от визита на территорию. Ощущение предвкушения сопровождает гостей ООПТ на всем протяжении путешествия: в дороге до места назначения они предвкушают прибытие на территорию, на месте — грядущую встречу со знаковыми объектами и получение качественных услуг, по окончании визита — возможность поделиться впечатлениями и фотографиями в кругу общения или в интернете.

Целевые аудитории и сценарии использования территории



Прогрессивно-социетальная мотивация

Молодой человек, придерживающийся принципов здорового образа жизни и уделяющий много времени активному отдыху. Заинтересован в получении уникального опыта на знаковой природной территории за счет контакта с уникальными природными объектами. В то же время не готов к долгосрочным походам к удаленным объектам показа. Может быть заинтересован в прохождении сложного маршрута или участии в спортивном марафоне.



Консервативно-ценностная мотивация

Пара средних лет, которая старается привить своим детям ценности здорового образа жизни и интерес к природному наследию России. Нацелены на прохождение знакового видового маршрута, доступного для всей семьи и показывающего богатство природы. Не готовы к длительным походам и хотят предсказуемый туристский продукт. После завершения похода готовы остаться на территории на короткий срок ради событий культурно-просветительской программы.



Прогрессивная мотивация

Семейная пара среднего возраста, приезжающая на территорию самостоятельно или группой единомышленников той же возрастной категории. Заинтересованы в прохождении специализированных маршрутов и в дополнительных услугах, связанных с глубоким изучением природного достояния территории. Готовы к приобретению такого туристического продукта как экспедиции. В то же время не готовы тратить значительное время на длительные походы в удаленные территории.



Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?
Молодой фанат здорового образа жизни	Уникальные природные объекты	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Возможность демонстрации личного успеха за счет контакта с природной средой

Сценарий

Приезжает на ООПТ в отпуск на личном или общественном транспорте. Направляется по заранее намеченному известному маршруту, который предлагает глубинное наблюдение за уникальной природной средой.

Кто?	Что?	Где?	Почему?
Родители средних лет с детьми-подростками, ведущие здоровый образ жизни	Уникальные туристические объекты	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Воспитание детей на основе важных для родителей ценностей

Приезжают на ООПТ на личном автомобиле с собственным туристическим оборудованием в период отпуска, чтобы пройти заранее выбранный туристический маршрут. Во время похода уделяют большое внимание тому, чтобы рассказать детям об особенностях природной территории, используя стационарные информационные элементы и материалы, полученные в туристско-информационном центре.

Кто?	Что?	Где?	Почему?
Семейная пара старшего возраста	Посещение природных территорий ради контакта с уникальными природными объектами	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Наличие хобби, связанного с природной средой ООПТ

Приезжают на ООПТ на несколько дней – это один из пунктов, которые они запланировали посетить во время отпуска. Останавливаются в гостевом доме. Нацелены прежде всего на наблюдение и изучение уникальных составляющих природного наследия территории, в том числе под руководством специалистов. Посещают местный музей и лекторий.

Консервативная мотивация

Молодая пара, нуждающаяся в отдыхе в новой обстановке. Открыты новому туристическому опыту. Не настроены на приобретение дорогостоящих услуг и сервисов, готовы пожертвовать комфортом ради экономии, однако в конце визита могут потратить значительные средства на эксклюзивное впечатление, чтобы эффектно завершить путешествие.

Консервативно-личностная мотивация

Компания молодых людей, заинтересованных в посещении знаковых природных мест своего и соседних регионов. Продумывают маршруты самостоятельно, но один раз за визит могут воспользоваться услугами гида для получения более глубоких знаний о территории. Основной способ изучения ООПТ – прогулки и треккинг без экстремальных нагрузок.

Прогрессивно-личностная мотивация

Посетители среднего возраста, которые хотят заняться любимыми видами спорта на знаковой природной территории или попробовать новые спортивные активности, недоступные в городской среде. Предпочитают групповые туры, ценят возможность консультаций с тренером и знакомства с единомышленниками.

Консервативно-социетальная мотивация

Одиночный посетитель средних лет, который приезжает на ООПТ для получения нового опыта и установления новых социальных связей. Ценит возможность уединения в природной среде. Сосредоточен на прохождении несложных безопасных маршрутов. Не предъявляет высоких требований к комфорту.

Прогрессивно-ценностная мотивация

Пара старшего возраста, уже посещавшая эту ООПТ и высоко ценящая ее природные объекты. Заказывают персонального гида, чтобы получить новые знания о территории или исследовать зоны, где еще не были. Приобретают дополнительные услуги, которыми не пользовались или которые были недоступны ранее. Готовы приобрести эксклюзивные услуги высокой стоимости (охота, наблюдение за звездами, необычные места проживания на короткий срок).



Характеристика

Кто?

Молодая пара

Что?

Отдых на уникальной природной территории

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Смена городской среды на природную

Когда?

Любое время года

Сценарий

Приезжают на ООПТ на общественном транспорте, иногда с несколькими пересадками. Заранее обдумали план осмотра территории на основе информации в открытом доступе. Проходят маршруты самостоятельно, ночуют в привезенных с собой палатках. В основном готовят пищу сами, но пару раз за визит посещают заведения общественного питания эконом-класса.

Кто?

Группа молодых людей креативных профессии

Что?

Посещение известной природной территории

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Интерес к природному наследию России

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают на территорию на личных автомобилях на долгий срок. Останавливаются в кемпинге или гостинице эконом-класса, готовят пищу самостоятельно, приобретают недорогие дополнительные услуги.

Кто?

Группа посетителей среднего возраста с активной жизненной позицией

Что?

Занятия спортом в уникальной природной среде

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Наличие хобби, связанного с природной средой

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают на территорию на личных автомобилях. Следуют заранее запланированной туристической программе. Завтракают организованно в заведениях питания, обед и ужин готовят самостоятельно. В конце отдыха могут приобрести дополнительные экскурсионные или прокатные услуги.

Кто?

Человек средних лет

Что?

Уединение на природе

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Потребность в новом опыте, знакомствах, и отдыхе от города

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжает на территорию на выходные или в отпуск общественным транспортом. Останавливается в хостеле или кемпинге. Приобретает групповые экскурсии, охотно присоединяется к коллективным занятиям спортом.

Кто?

Пара предпенсионного возраста с большим опытом путешествий

Что?

Посещение уникальных природных объектов

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Получить новый опыт на знаковой природной территории

Когда?

Зависит от туристического продукта

Приезжают на территорию на личном автомобиле с собственным оборудованием. Останавливаются в гостевом доме или гостинице. На территории арендуют средства передвижения, нанимают гида для прохождения однодневных маршрутов.

Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- Качественным товаром выступает уникальная природная среда, в которой организованы возможности для наблюдения и изучения ее составляющих с минимальным вмешательством в экосистему. Туристическая программа строится на одном из выбранных направлений глубокого контакта с природной территорией.
- Ценной услугой выступают персональные туристические услуги и сервисы. Особенность предложения — эксклюзивные туристические продукты для посетителей с узконаправленным запросом в области геологии, биологии, ботаники, экологии. Для создания такого предложения необходимо привлечь местных специалистов и ученых, способных разработать экспедиционные программы, не наносящие вред экосистеме.
- Уникальным впечатлением выступают специализированные активности. Это большой набор услуг одной тематики в зависимости от сезона и специфики конкретной ООПТ: спорт, восстановление здоровья, велнесс.

Общая характеристика услуг

- Просветительские услуги связаны с информированием о ценности местных экосистем. В случае с данными типом ООПТ речь должна идти не столько о ценности конкретного ООПТ, сколько о ценности рационального природопользования.
- Туристические услуги состоят в возможности взаимодействия с нетронутой природной средой и в одновременном получении специализированной услуги по запросу. Совмещение спортивного и рекреационного отдыха происходит на фоне уникальных природных объектов.
- Развлекательные услуги состоят в событийном наполнении, связанном с популяризацией здорового образа жизни и спорта. Дополнительным направлением могут стать универсальные развлекательные услуги для всех групп посетителей.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- Просветительская программа. Просветительская программа ориентирована как на туристов, так и на местное население. Упор делается на информирование об отдельных составляющих территории: природных циклах и ритмах, геологической специфике, животном и растительном мире, их особенностях, ценности, влиянии на них экологических проблем.
- Культурные мероприятия основаны на идентичности ООПТ. Они формируют разнообразную программу для разных возрастных групп с учетом

- выбранных специализированных направлений. Возможно тематическое объединение большей части мероприятий в зависимости от сезона.
- Размещение. Учитывая разнообразие потенциальных аудиторий, возможно развитие широкого набора мест размещения: от кемпингов и хостелов до гостиничных комплексов высокого уровня комфорта. Рекомендуется создание уникальных мест проживания: глэмпинги, капсулы, отель без стен на природе.
- Питание. Основа питания — привычная европейская кухня с включением традиционных для региона блюд и широким использованием местных продуктов.
- Прогулки и наблюдение за природой. Особенность этого типа ООПТ — объекты для детального изучения природной среды, подключенные к туристической инфраструктуре, например, биостанции с возможностью проживания туристов. Инфраструктура для прогулок и наблюдения хорошо развита, но на ней не делается акцент.

Рекомендации по разработке символики

- Входная группа может совмещать отсылки к одной из ключевых тем туристического предложения (спорт, оздоровление, наблюдение за природой) и знаковому природному объекту территории.
- Иконическим объектом может стать визуализация уникальной черты, или объект природной территории, или же уникальная услуга по наблюдению за природой или прохождению маршрута.

Принципы организации программной сетки

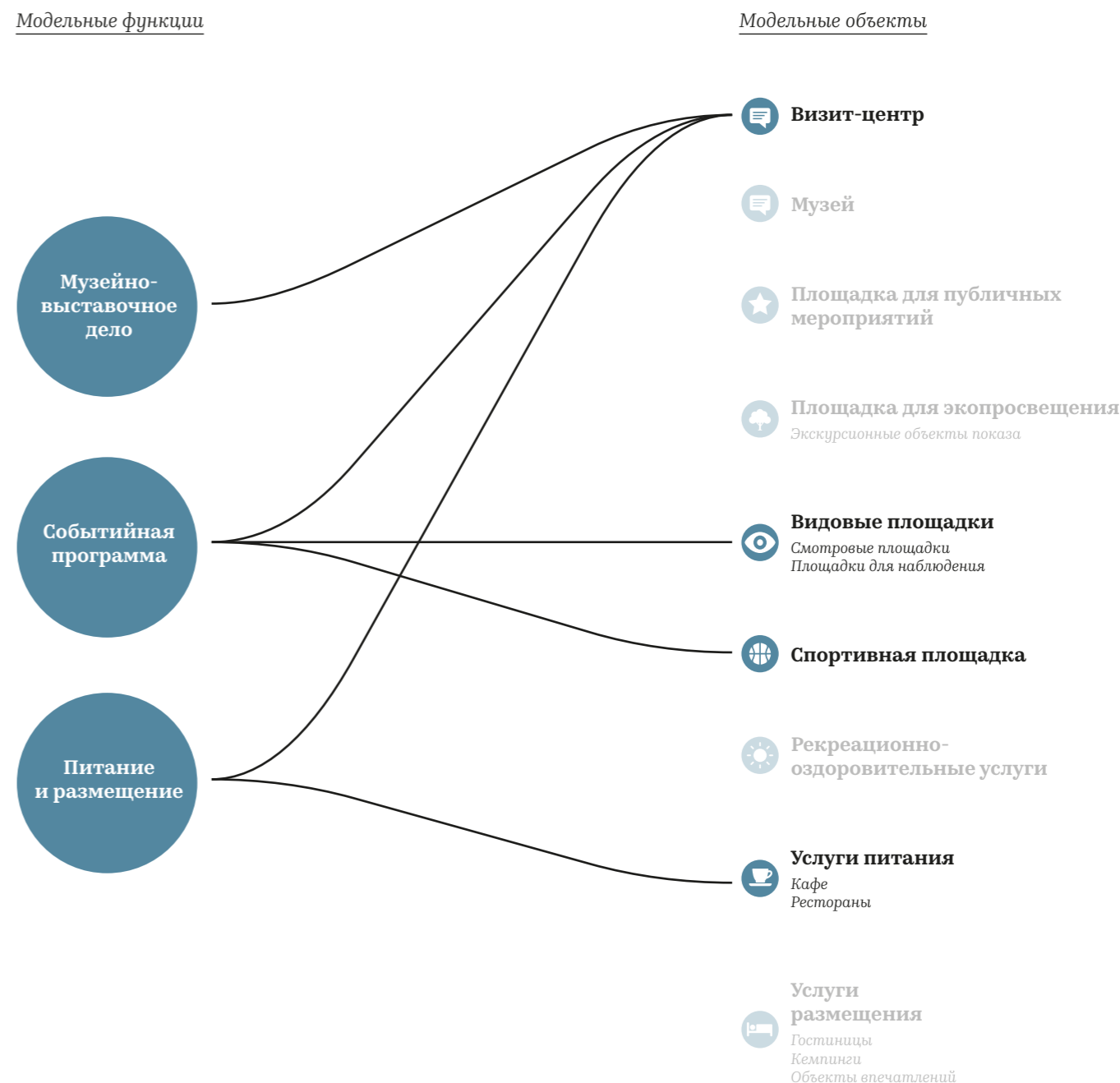
- Знаковые события должны проходить каждый сезон, с особым акцентом на лето и зиму. События связываются со специализированными услугами и уникальными природными характеристиками территории.
- Особый подход к государственным праздникам не находится в фокусе для этого типа ООПТ, однако их необходимо включать в программу.
- Дни недели и сезонность. Программа должна быть насыщена мероприятиями в течение всего года, с концентрацией событий в выходные (для посетителей в рамках однодневного визита), летний и зимний сезоны отпусков (для посетителей, приехавших в многодневный тур).
- Специальные проекты с внешними партнерами должны учитывать тематику специализированных туристических предложений ООПТ. Спецпроекты должны гармонично вписываться в сформированную программную сетку, особенно в пиковые периоды посещений.

Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- знаковые объекты показа;
- однодневные визиты;
- потенциал для рекреации.

Модельные функции





Е

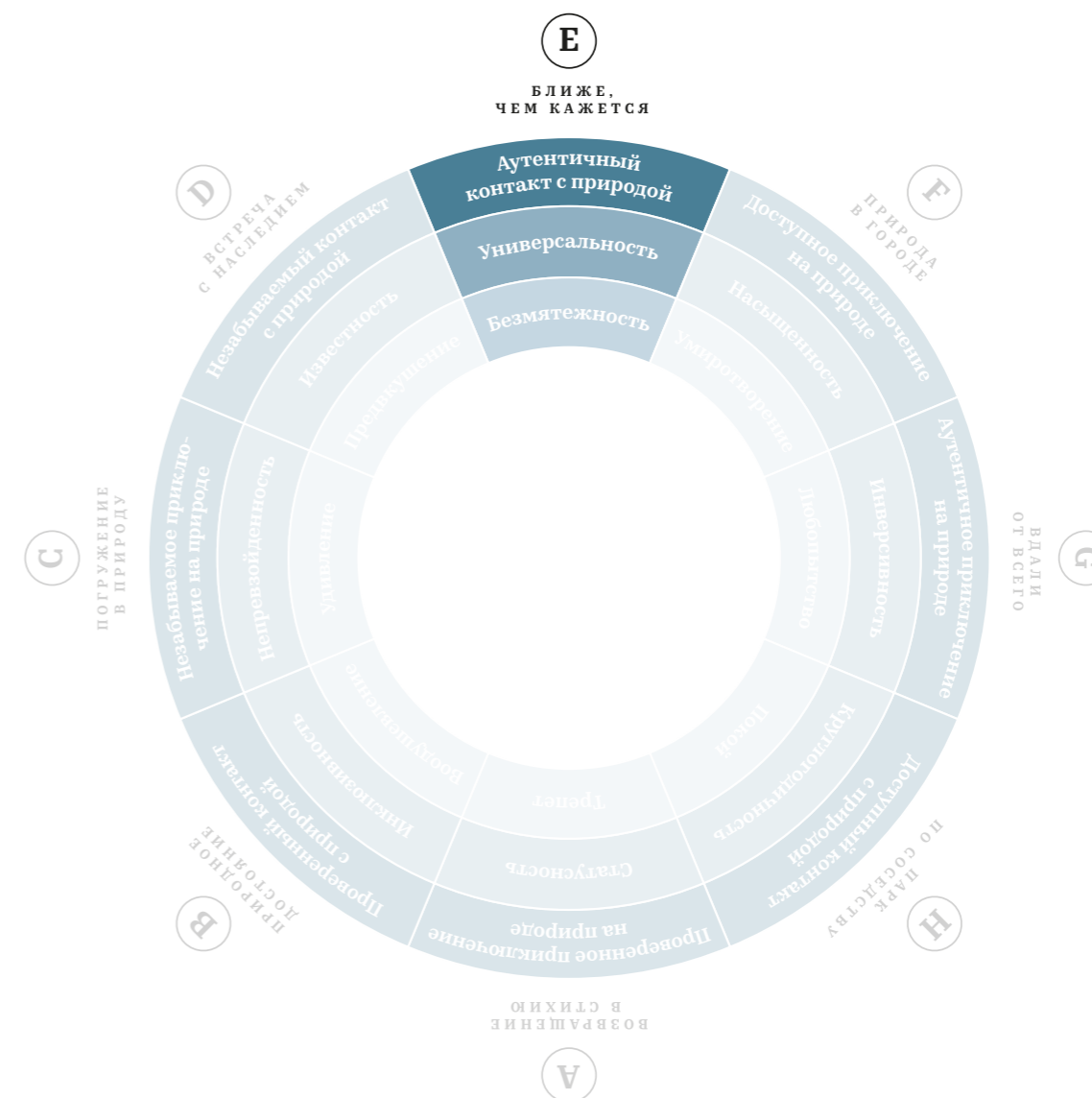
**Ближе,
чем кажется**

Описание типа

Тип «Ближе, чем кажется» — это аутентичный контакт с природой, кладовая природы для тех, кто готов свернуть с проложенных маршрутов отдыха в поисках новых впечатлений. Посетителей ждет знакомый только по детским книгам пейзаж, навевающий чувство ностальгии.



Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Формула этого типа ООПТ — «Ближе, чем кажется» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа заключается в возможности аутентичного контакта с природой. В современном обществе растет запрос как на экологически ответственный досуг, так и на формирование своего уникального жизненного пути. На пересечении этих двух запросов рождается потребность в экотуристическом опыте, ценность которого определяется не столько объектами показа, сколько возможностью легкодоступного контакта с природной средой с гарантией качества получаемого продукта.

Тематика определяет базовый принцип этого типа ООПТ — универсальность. Ценностное предложение таких ООПТ подразумевает востребованность практически любой группой пользователей, а также возможность организации широкого спектра мероприятий на их территории.

Ключевая эмоция, которая характеризует тип «Ближе, чем кажется», с точки зрения экотуризма — безмятежность. Такие ООПТ находятся в относительной близости от мест проживания, поэтому визит не связан с серьезными организационными и временными издержками, а основная цель посещения — вырваться из суесть городской жизни в спокойствие природы. Сочетание этих двух факторов способствует ощущению безмятежности.



Целевые аудитории и сценарии использования территории



Консервативная мотивация

Семья из трех поколений: пара среднего возраста с родителями одного из супругов и ребенком. Поездка в ООПТ на выходные для них — долгожданное путешествие, обсуждение и планирование которого началось сильно заранее. Им важно вырваться из города, но в то же время такая поездка не должна быть сложной и долгой. В качестве пункта назначения они хотят видеть знаковую природную территорию, о которой много слышали от друзей и из СМИ. Для семьи также важно, чтобы поездка была недорогой: они останавливаются в гостинице или гостевом доме базового уровня комфорта, питаются в недорогих местах.

Консервативно-личностная мотивация

Семья с детьми младшего школьного возраста. Родители активно занимаются воспитанием детей и стремятся проводить вместе, в постоянном общении максимальное количество времени в выходные дни. Для них территория ООПТ представляет интерес не как уникальная экосистема, а как новая площадка для отдыха и семейного досуга. Именно поэтому исследовательское отношение к территории у них не проявлено — их скорее привлекают досуговые предложения для детей и качественная базовая инфраструктура, к которой они привыкли в современных крупных городских парках.

Консервативно-социетальная мотивация

Молодая пара недавних выпускников, начавших самостоятельно зарабатывать и радовать себя новым опытом нишевых активностей. Готовы попробовать дорогостоящие виды спорта на свежем воздухе, но зачастую ограничиваются ознакомительным занятием. Также интересуются необычными мероприятиями для креативной аудитории. Нацелены на то, чтобы продемонстрировать оригинальность и престижность своих увлечений путем трансляции личного опыта в социальные сети.

Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Родители среднего возраста с маленькими детьми	Отдых в кругу семьи на природе	Природные территории на удалении от места проживания	Смена городской среды на природную	Выходные дни

Сценарий

Приезжают на ООПТ на общественном транспорте на все выходные. Останавливаются в гостинице. Гуляют по ООПТ и принимают участие в регулярной событийной программе. Посещают недорогие места общественного питания и основные точки туристического маршрута: музеи и сувенирные магазины.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Группа людей пенсионного возраста	Посещение статусных мероприятий, связанных с вопросами экологии	Природные территории на удалении от места проживания	Общение с привычным кругом людей в новом контексте	Выходные дни

Приезжают на ООПТ на личном автомобиле. На территории проводят время за физическими активностями: играют с детьми в спортивные игры, пробуют новые виды спорта или просто проводят время на детских площадках. Прогуливаются по пешеходным дорожкам низкой степени сложности. Обедают в ресторане знакомыми блюдами из местных продуктов, после чего покидают ООПТ.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Семья из трех поколений	Знаковая природная территория недалеко от места проживания	Природные территории на удалении от места проживания	Проведение выходного дня расширенной семьей на природе	Выходные дни

Приезжают на ООПТ на личном автомобиле. Участвуют в конной прогулке, фотографируя процесс, чтобы поделиться снимками с друзьями в социальных сетях. Затем посещают уникальное событие с узкой аудиторией — фермерский ужин или дневную вечеринку с электронной музыкой. Могут также зайти в место общественного питания невысокой ценовой категории. С наступлением темноты отправляются домой.

Прогрессивно-личностная мотивация

Группа единомышленников пенсионного возраста, находящаяся в постоянном контакте. Основная цель их визита – социальная: мероприятие на территории – повод встретиться со старыми друзьями и пообщаться с новыми людьми, расширив свой кругозор. Им интересна и зрелищная, и просветительская часть, они испытывают интерес к новым форматам событий, однако в силу возраста через несколько часов начинают уставать. При этом группа не готова закончить общение, поэтому переходит в кафе.

Прогрессивно-социетальная мотивация

Прогулка с собакой для этого человека – важная часть любого дня, поскольку физическая активность позволяет разгрузиться эмоционально. На выходных он готов посвятить такой прогулке до 5 часов, чтобы переключиться после сложной рабочей недели. ООПТ вместо привычной городской площадки он выбирает, потому что ценит контакт с природной средой и относительно безлюдную обстановку. Именно поэтому проводит некоторое время на собачей площадке, далее перемещаясь на неосновные тропы. После прогулки отдыхает в кофейне, в которую пускают собак среднего размера.

Консервативно-ценностная мотивация

Семейная пара пенсионного возраста, которая присматривает за внуками в выходные. Визит с внуками в ООПТ пара воспринимает как ценный социальный опыт, поскольку хочет сделать вклад в расширение кругозора детей (сбор гербария и шишек, чтение экспликаций, посвященных локальной экосистеме) и их физическое развитие. Супругов также привлекает возможность совместного досуга на природе в условиях качественной инфраструктуры, что снижает уровень переживания за детей.

Прогрессивно-ценностная мотивация

Пара средних лет вывозит пожилых родителей одного из супругов на совместную прогулку на природную территорию. В первую очередь, этот полноценный выходной для самой пары – редкая возможность провести целый день в общении с родителями без спешки, а также познакомить их с оснащенной современной инфраструктурой природной территорией. Всем членам семьи интересны просветительские объекты на территории. Пара стремится физически нагрузить родителей, выстроив пеший маршрут средней сложности, но в то же время предусматривает остановки для отдыха в укрытии от солнца с питьевыми фонтанчиками.

Прогрессивная мотивация

Молодая пара работников интеллектуальной сферы, осознающая глобальные экологические проблемы и возможность внести свой вклад в их решение. Один из выходных дней они проводят в пробежке по природной территории, совмещая ее со сбором мусора. Для сбора используют мешки, перчатки и длинные щипцы. Их мотивация – убедить широкую общественность, что такой формат досуга – модный, экологический ответственный и полезный для здоровья.



Характеристика

Кто? Пара молодых специалистов, пользующихся социальными сетями	Что? Разовое занятие спортом на свежем воздухе	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Демонстрация оригинальности и престижности увлечений	Когда? Выходные дни
---	--	---	--	-------------------------------

Сценарий

Приезжают на ООПТ организованной группой для участия в мероприятии выходного дня. Посещают только площадку мероприятия, где осматривают объекты показа и общаются с другими посетителями. После отдыхают в недорогом месте общественного питания.

Кто? Хозяин средних лет с молодой собакой	Что? Прогулка с питомцем по продолжительному маршруту	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Смена привычного места прогулок	Когда? Выходные дни
---	---	---	---	-------------------------------

Добирается до ООПТ на личном автомобиле. Совершает долгую (3–4 часа) прогулку в малолюдных зонах вместе с собакой. Сходит с оборудованных пешеходных троп на второстепенные маршруты. Может воспользоваться площадкой для тренировки собак. Перед отъездом останавливается в кафе на полчаса для отдыха и легкого перекуса.

Кто? Пожилая семейная пара с внуками среднего школьного возраста	Что? Отдых на природе с комфортными условиями рекреации	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Совместный досуг и общение на природе	Когда? Выходные дни
--	---	---	---	-------------------------------

Приезжают в ООПТ на личном автомобиле. Прогуливаются по основным пешеходным дорожкам, собирают листья и цветы для гербария, шишки, грибы. Интересуются базовой информацией о представителях локальной экосистемы и пересказывают ее детям. Пока дети играют на детской площадке, взрослые отдыхают на местах для сидения.

Кто? Пара средних лет и их родители пенсионного возраста	Что? Совместная прогулка и ужин на природной территории	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Забота о родителях в редкие совместные встречи	Когда? Выходные дни
--	---	---	--	-------------------------------

Привозят родителей на ООПТ на личном автомобиле. Вместе прогуливаются по маршруту, требующему некоторой физической активности. Периодически останавливаются в зонах отдыха, защищенных от прямых солнечных лучей. Обедают в местном ресторане средней ценовой категории, где могут попробовать блюда из локальных продуктов.

Кто? Молодая пара	Что? Плоггинг (сбор мусора во время пробежки)	Где? Природные территории в удалении от места проживания	Почему? Желание сделать окружающую среду чище	Когда? Выходные дни
-----------------------------	---	--	---	-------------------------------

Приезжают на личном автомобиле. Начинают пробежку без определенного маршрута, активно сходя с основных пешеходных дорожек вглубь территорий. Во время пробежки собирают мусор, оставленный другими посетителями. Пользуются лишь базовой инфраструктурой: туалетами и питьевыми фонтанчиками.



Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- **Качественным товаром** выступает естественная природная среда. Базовая инфраструктура подразумевает создание пешеходных маршрутов и навигации. Инфраструктурное наполнение должно учитывать потребности разных возрастных категорий посетителей в силу популярности однодневных визитов: детские площадки из природных материалов, места отдыха, защищенные от прямых солнечных лучей.
- **Ценной услугой** выступают аутентичные места размещения и питания, концепции которых содержат отсылки к местным традициям. Такие традиции могут быть корениться в разных исторических периодах развития территории: от раннего освоения и племенных артефактов до локальных сообществ советского периода.
- **Уникальным впечатлением** становятся разовые мероприятия. Их тематика и условия проведения не должны противоречить природоохранному режиму. Программирование требует формирования развернутой партнерской сети, а также подбор или организацию подходящих площадок на ООПТ.

Общая характеристика услуг

- **Просветительские услуги** состоят в информировании о местных экосистемах. В случае с этим типом ООПТ речь должна больше о ценности рационального природопользования.
- **Туристические услуги** состоят в возможности взаимодействия с нетронутой природной средой, которая расположена в климатических условиях сходных с городскими. Подобный опыт позволяет активировать воображение и переосмыслить личный опыт проживания в городах.
- **Развлекательные услуги** состоят в событийном наполнении, связанном с культурным своеобразием прилегающих территорий. Культурная идентичность, которая была характерна для этих мест до массовой урбанизации, может быть использована как конкурентное преимущество.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- **Просветительская программа.** Может быть ориентирована как на жителей сопредельных с ООПТ территорий, так и на туристов, прибывающих из более отдаленных населенных пунктов. Это может быть достигнуто за счет регулярных мероприятий, информирующих о влиянии глобальных процессов на природную среду.
- **Культурные мероприятия.** Возможно как обращение к культурной идентичности данной

территории, так и формирование передовой событийной программы.

- **Размещение.** Разнообразие целевых аудиторий позволяет развивать широкий спектр мест размещения: места для размещения палаток, гостиницы, индивидуальные гостевые дома.
- **Питание.** В основу концепции могут быть положены местные кулинарные традиции, но также необходимо включить в меню классические, всем знакомые блюда из типичных продуктов.
- **Прогулки и наблюдение за природой.** Этот тип ООПТ не обладает уникальными природными характеристиками, однако их относительное разнообразие позволяет разработать многодневную программу прогулок по территории. Рекомендуется создание информационно-туристского центра на входе на ООПТ. В нем могут размещаться аналоговые экспонаты, рассказывающие об особенностях территории: модели рельефа, аудиозаписи со звуками обитателей местной экосистемы.

Рекомендации по разработке символики

- **Входная группа** может отражать локальную специфику, например, архитектурные традиции места, а также ценности дома и семьи.
- **Иконическим объектом** может стать объект местной традиционной культуры, связанный с контактом с природой: инструмент, кулинарное блюдо, одомашненный вид животных или растений, уникальный архитектурный объект, характерный для местности и созданный с использованием местных материалов.

Принципы организации программной сетки

- **Знаковое событие** происходит раз в год – им может стать день ООПТ, приуроченный к дате его создания.
- **Особый подход** к государственным праздникам состоит в фокусе на региональные праздники. ООПТ может выступать драйвером восстановления и центром сохранения традиционной местной культуры.
- **Дни недели и сезонность.** Учитывая ориентацию на туристов, приезжающих на несколько дней, стоит планировать основные мероприятия на сезон отпусков и выходные.
- **Специальные проекты** с внешними партнерами должны учитывать характер остальных мероприятий. Если планируемое мероприятие выбивается из программной сетки, его следует проводить в периоды минимальной событийной насыщенности (будние дни, вне туристического сезона).

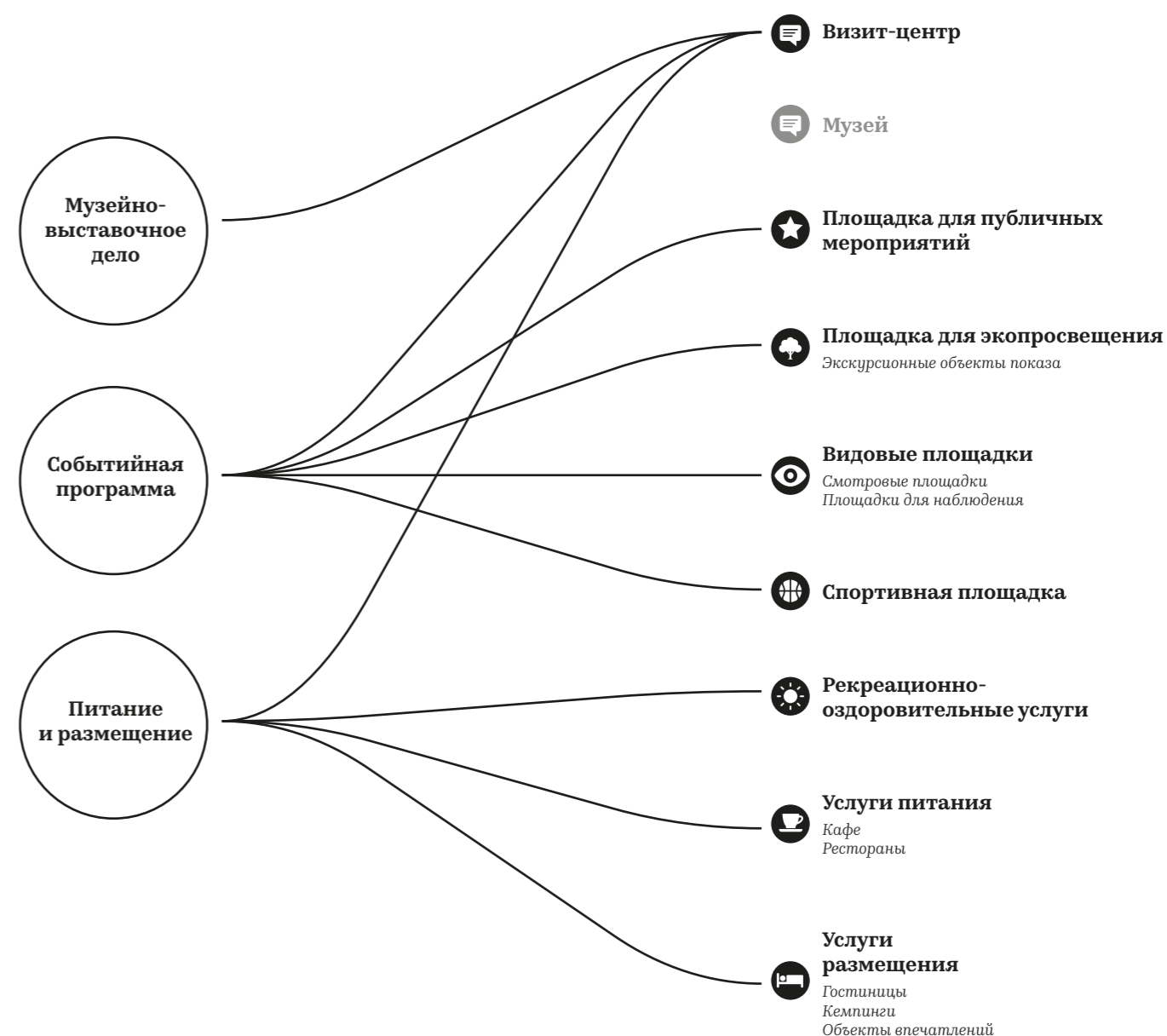
Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Модельные функции

Модельные объекты



An aerial photograph showing a winding asphalt road cutting through a dense forest. The forest is composed of various types of trees, including many palm trees. The lighting is bright, creating a mix of deep green and vibrant yellow-green hues. A few cars are visible on the road, and a small stream or drainage ditch runs alongside it.

E

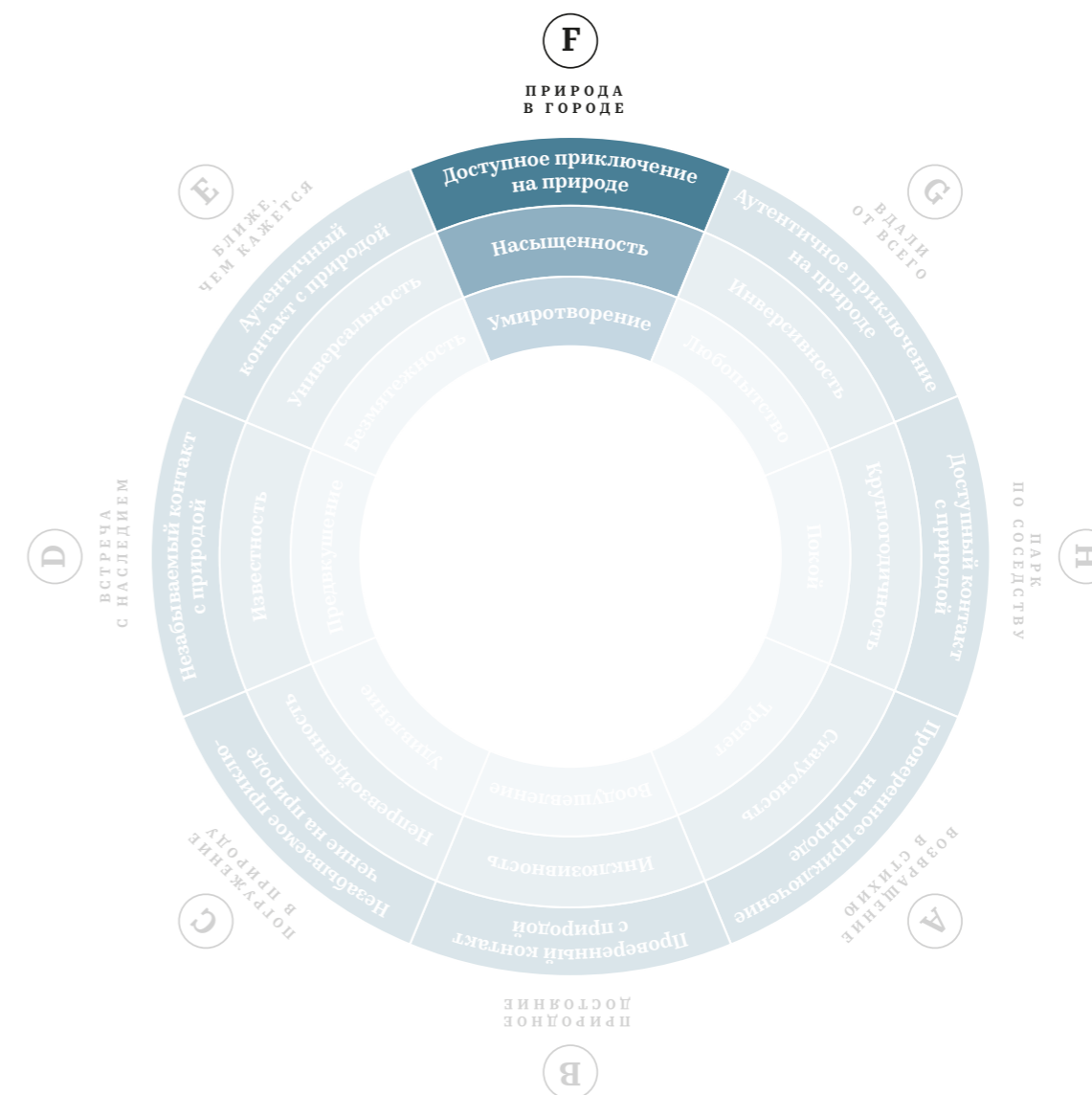
**Природа
в городе**

Описание типа

Тип «Природа в городе» — это доступное приключение на природе, природный тайник, спрятанный возле шумного мегаполиса. Сюда приходят те, кто хочет на несколько часов погрузиться в природную тишину, чтобы собраться с силами, чтобы затем вернуться в привычный ритм большого города.



Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Формула этого типа ООПТ — «Природа в городе» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа заключается в возможности *доступного приключения на природе*. ООПТ предлагает полноценный контакт с природой, не сопряженный с материальными и временными затратами: территория легко доступна даже без личного автомобиля, посещение не требует размещения и аренды специализированного оборудования. Уникальность этого типа ООПТ заключается в качественном отдыхе на природной территории, расположенной рядом с жилыми районами города. Тематическая установка определяет базовый принцип этого типа — *насыщенность*: широкий спектр

просветительских и развлекательных услуг для разных аудиторий позволяет поддерживать стабильный поток посетителей вне зависимости от сезона и дня недели. Насыщенность ценностного предложения территории обеспечивается сеткой мероприятий, учитывающий интересы и запросы пользователей, и подразумевает, что визиты дают посетителям новые знания, даже при отсутствии изначальной цели их получить.

Ключевая эмоция, которая характеризует тип «Природа в городе» с точки зрения экотуризма, — *умиротворение*. Она возникает благодаря быстрому переходу из городской среды в гармонию природы. Кроме того, благодаря расположению ООПТ непосредственно в городе у посетителей нет стресса, связанного с организацией визита и временем в дороге. Наконец, умиротворение появляется и от ощущения безопасности: благодаря комфортной инфраструктуре ООПТ посетитель полностью расслабляется.



Целевые аудитории и сценарии использования территории



Консервативно-социетальная мотивация

Пара горожан средних лет хочет попробовать дорогостоящие нишевые спортивные занятия (теннис, конный спорт) и окунуться в экологическую повестку, узнав о ее ключевых тенденциях и практиках. Нишевые спортивные занятия не становятся для них регулярными, но во время разового визита они готовы потратить деньги на услуги тренера и / или аренду оборудования. Аналогичным образом эту ЦА не могут заинтересовать продолжительные просветительские курсы – паре достаточно быстрого погружения в экологическую повестку во время визита.



Консервативная мотивация

Молодая энергичная пара, предпочитающая бесплатные активности. Приезжают в ООПТ для велопогулок на природе, самостоятельно изучая местную экосистему через наблюдение. Готовы сходить с основных туристических троп ради уединенного контакта с природной средой. Не оставляют больших сумм за один визит, однако могут стать лояльными посетителями, возвращающимися на ООПТ снова и снова.



Консервативно-ценностная мотивация

Молодая пара, рассматривающая природные территории как необычную площадку для концертов, гастрономических фестивалей и других массовых событий. Поскольку основным магнитом для них служит крупное мероприятие, в этот сегмент ЦА включаются не только жители города, в котором находится ООПТ, но и жители соседних населенных пунктов. Выделенная аудитория воспринимает визит на ООПТ как редкое событие выходного дня, поэтому готова потратить деньги обед в ресторане среднего ценового сегмента, покупку сувениров и платные сервисы.

Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Пара средних лет	Расположенная вблизи места проживания природная территория	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Демонстрация вовлеченности в экологическую повестку	Выходные дни

Сценарий

Приезжают на общественном транспорте или такси. На ООПТ устраивают пикник и фотографируют природу. После играют в теннис на одном из кортов с арендованным спортивным инвентарем, а затем размещают в социальных сетях посты или фотографии об опыте посещения ООПТ.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Молодая пара	Отдых на природе	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Уединенный контакт с природной средой недалеко от места проживания	Выходные дни

Приезжают на ООПТ на собственных велосипедах, чтобы покататься по велодорожкам. После велопогулки посещают летний кинотеатр, где смотрят документальный фильм об экологии.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Молодая пара	Совместный досуг в природной среде	Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Краткосрочный визит на территорию с оригинальной событийной программой	Выходные дни

Приезжают на ООПТ на своем автомобиле для посещения фестиваля народной кухни. На фестивале изучают его основную площадку, где пробуют несколько блюд, а также посещают дополнительные события: книжную ярмарку с кулинарной литературой и лекцию о современном прочтении народной кухни. Перед отъездом заходят сувенирный магазин.

Консервативно-личностная мотивация

Для таких родителей важно с раннего возраста знакомить детей с локальной природной средой и развивать в них ощущение принадлежности к месту, где они растут. Сами родители знакомы с особенностями местной природы и культуры, много раз бывали в ООПТ. Заинтересованы в детских просветительских и спортивных активностях. Отдав детей на занятия, получают ценную возможность провести время вдвоем. Могут быть крайне лояльным сегментом аудитории.

Прогрессивно-личностная мотивация

Заинтересовался вопросами экологической грамотности и сохранения природной среды во время путешествия по иностранным ООПТ. Городская ООПТ становится площадкой для реализации этого интереса — он принимает участие в долгосрочных просветительских занятиях, волонтерских акциях, вступает в Фонд друзей ООПТ. Эти активности включают его в новый социальный круг, сформированный вокруг экологических активностей на территории.

Прогрессивно-социетальная мотивация

Группа подруг пенсионного возраста, поддерживающих связь с помощью периодических прогулок и встреч. Они в хорошей физической форме и могут уезжать от придомовых территорий на продолжительное время. После прогулок любят зайти в кафе. Встречаться на территории предпочитают утром или днем по будням — выходные дни выделены для семейного досуга.

Прогрессивно-ценностная мотивация

Пара среднего возраста, которая любит совершать прогулки по будним вечерам. Им нравится отсутствие городского шума и возможность пообщаться после рабочего дня в расслабляющей обстановке. Дополнительной ценностью обладает комфортная и безопасная инфраструктура, позволяющая созерцать природу.

Прогрессивная мотивация

Небольшая группа молодых приятелей, занятых в креативных индустриях, узнает о новых досуговых предложениях на территории через круг друзей. Таким предложением может быть, например, возможность провести ночь в глэмпинге для ощущения единения с природой в черте города. Несмотря на то, что они прибывают на ООПТ ради конкретного предложения, перед визитом тщательно изучают всю информацию о ней, а во время визита активно интересуются разными аспектами ее деятельности.



Характеристика

Кто?

Родители средних лет с детьми младшего школьного возраста

Что?

Совместный досуг в природной среде

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Знакомство детей с местной природной средой

Когда?

Выходные дни

Сценарий

Прибывают на личном автомобиле. Всеи семьей прогуливаются по дорожкам, после оставляют детей на игровое просветительское занятие. В свободный час гуляют по территории вдвоем и посещают кафе.

Кто?

Недавний выпускник вуза, работник интеллектуальной сферы

Что?

Включение в новый социальный круг и приобретение знаний

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Удовлетворение интереса к проблематике экологии

Когда?

Выходные дни

Приезжает на ООПТ на своем автомобиле несколько раз в месяц для участия в таких активностях, как лекции с экспертами, занятия в городском огороде, собрания Фонда друзей ООПТ. Во время визита успевает пообедать или выпить кофе в местном кафе.

Кто?

Компания приятельниц старшего возраста

Что?

Физическая активность в природной зоне

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Потребность в физической активности

Когда?

Утро и день по будням

Прибывают на общественном транспорте. Гуляют по дорожкам в течение 2–3 часов. Активно интересуются всем происходящим на территории во время их визита. Готовы посетить лекцию, но не практическое занятие. После прогулки заходят в местное кафе, чтобы выпить чаю с десертом и восстановить силы.

Кто?

Пара среднего возраста

Что?

Комфортная и безопасная природная территория у дома

Где?

Природные территории вблизи развитой пешеходной инфраструктуры

Почему?

Потребность в общении после рабочего дня

Когда?

Вечера по будням и выходные дни

Приходят на территорию пешком от дома. Прогуливаются в течение 1–1,5 часов по освещенным дорожкам и смотровым площадкам. После прогулки заходят в местное кафе.

Кто?

Группа молодых приятелей, занятых в креативных сферах

Что?

Уникальные объекты досуга на природной территории

Где?

Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры

Почему?

Опробовать нишевые предложения досуга на природной территории

Когда?

В зависимости от предложения

Прибывают на территорию на общественном городском транспорте. Погружаются в досуговое предложение-магнит. После активно изучают территорию, сходя с основных маршрутов. Заинтересованы в уникальном гастрономическом опыте, связанном с локальными сезонными продуктами или совместным приготовлением еды.



Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- **Качественным товаром** выступает безопасная природная территория в относительной близости от дома. Для этого рекомендуется расширить часы посещения на темное время суток с помощью организации освещения на дорожках и смотровых площадках, возможно создание сети второстепенных маршрутов вблизи основных дорожек.
- **Ценной услугой** выступает привычная для жителя крупного города инфраструктура в виде качественных мест общественного питания, комфортных площадок для пассивного отдыха. В более людных местах для знакомства с локальной экосистемой рекомендуется размещать кормушки для птиц и информационные материалы.
- **Уникальным впечатлением** выступает качественное просветительское предложение для аудиторий разных возрастов. Цель экопросвещения в ООПТ этого типа — поддерживать постоянный интерес аудитории, желающей получать новые знания и применять их на практике.

Общая характеристика услуг

- **Просветительские услуги.** Рекомендуется разработка продолжительных просветительских курсов для детей разных возрастов и взрослых посетителей. Курсы должны обучать идентификации обитателей экосистемы, безопасному и ответственному поведению в природной среде. За счет просветительских услуг ООПТ может сформировать вокруг себя сообщество.
- **Туристические услуги** формируются вокруг возможности спонтанного краткосрочного визита в рамках перемещения по городу.
- **Развлекательные услуги** должны учитывать специфику работы с постоянным сообществом посетителей: 1–2 в год необходимо внедрять в сетку предложения, способные стать новыми магнитами для аудитории.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- **Просветительская программа.** Программа должна ориентироваться как на жителей соседних районов, так и посетителей из других частей города и содержать мероприятия для взрослой и детской аудитории. В основе просветительской программы — долгосрочные практико-ориентированные занятия, удовлетворяющие практический интерес горожанина к экологии.
- **Культурные мероприятия.** Необходимо избегать скопления посетителей в объеме, способном навредить экосистеме. Сетка мероприятий должна способствовать распределению аудиторий

по разным временным интервалам и площадкам за счет выстраивания циклов событий, акцента на нишевые тематики, размещения объектов для самостоятельного изучения (паблик-арт, лэнд-арт).

- **Размещение.** Специфика этого типа ООПТ не предполагает размещения посетителей, однако территория может быть использована для презентации и тестирования экспериментальных форматов (глэмпинг).
- **Питание.** Следует учитывать разную покупательную способность аудиторий и потребность не только в полноценных приемах пищи, но и в непродолжительной остановке на отдых с одним блюдом и безалкогольным напитком. Заведение с собственной территорией для выращивания овощей, фруктов, трав привлечет дополнительное внимание посетителей, интересующихся экологической повесткой.
- **Прогулки и наблюдения за природой.** Этот тип ООПТ не обладает уникальными природными характеристиками, но его потенциал для прогулок возможно развить за счет организации второстепенных пешеходных маршрутов и уединенных мест отдыха в точках обзора «зеленых коридоров».

Рекомендации по разработке символики

- **Входная группа** может подчеркивать связность природной территории с городской средой. В дизайне входной группы рекомендуется соблюдать минималистичный стиль.
- **Иконическим объектом** может стать гармоничное сочетание районной символики и представителя локальной экосистемы.

Принципы организации программной сетки

- **Знаковое событие** происходит в год и длится несколько дней. Оно служит основой для построения всей программной сетки.
- **Особый подход** к государственным праздникам не релевантен для этого типа категории ООПТ по причине внутригородского расположения. Тем не менее, при таких событиях возможно использовать локальную или экологическую оптику.
- **Дни недели и сезонность.** Этот тип ООПТ востребован посетителями в любой сезон. Пик посещаемости приходится на выходные и праздничные дни.
- **Специальные проекты** с внешними партнерами должны учитывать характер остальных мероприятий. Если планируемое мероприятие выбивается из программной сетки, его следует проводить в периоды минимальной событийной насыщенности.

Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- однодневные визиты;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Модельные функции

Музейно-выставочное дело

Событийная программа

Питание и размещение

Модельные объекты

- Визит-центр**
- Музей**
- Площадка для публичных мероприятий**
- Площадка для экопросвещения**
Экскурсионные объекты показа
- Видовые площадки**
Смотровые площадки
Площадки для наблюдения
- Спортивная площадка**
- Рекреационно-оздоровительные услуги**
- Услуги питания**
Кафе
Рестораны
- Услуги размещения**
Гостиницы
Кемпинги
Объекты впечатлений



G

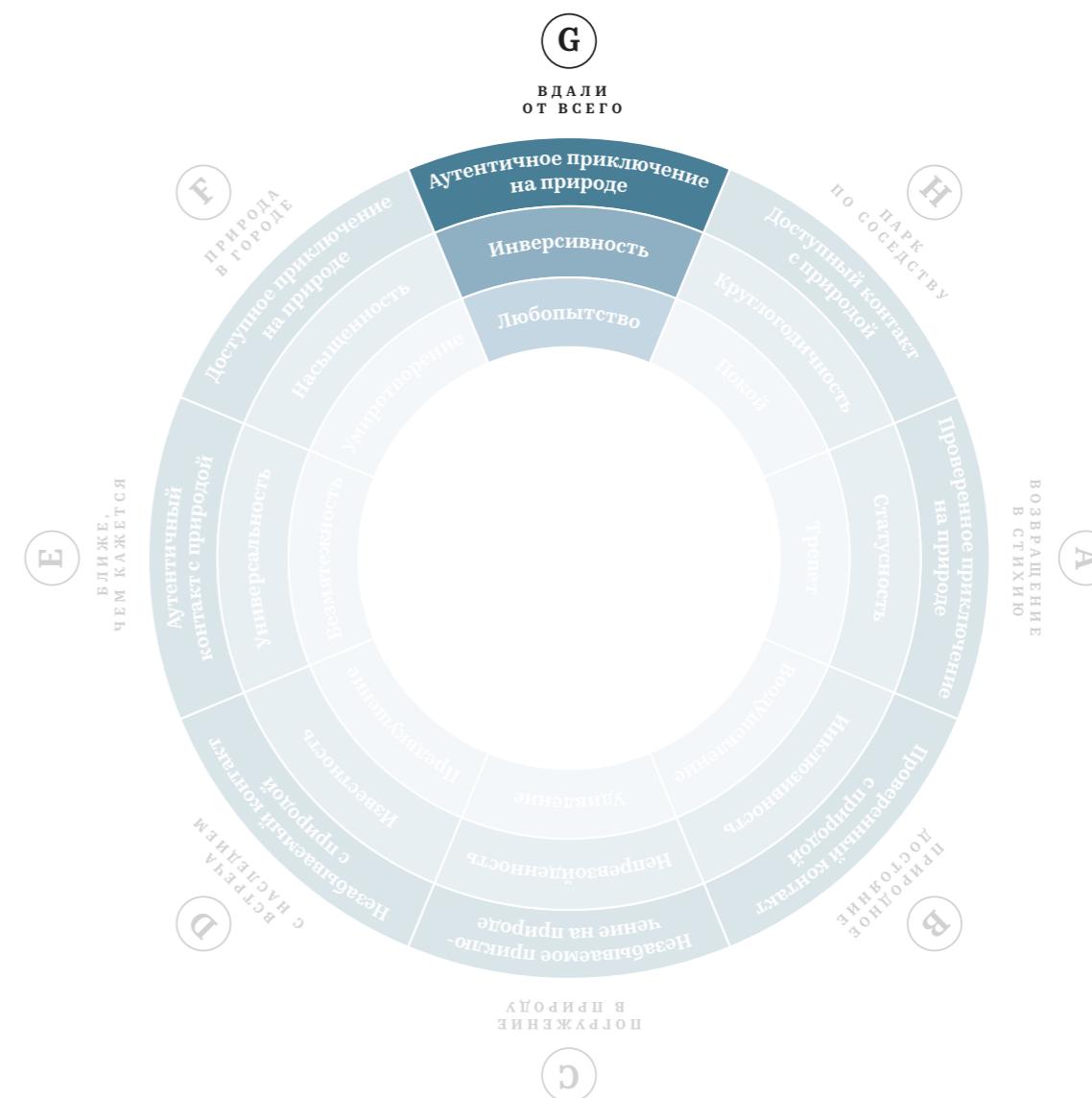
**Вдали
от всего**

Описание типа

Тип «Вдали от всего» — это аутентичное приключение на природе, свидание с самим собой, возможность спрятаться от глобальной суматохи современности. Отсутствие людей позволяет придумать свою собственную программу действий. Посещение такой природной территории — это только начало осознанного путешествия вглубь самого себя.



Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Формула этого типа ООПТ — «Вдали от всего» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа состоит в возможности *аутентичного приключения на природе*. Аудитория таких ООПТ имеет большой опыт путешествий по популярным направлениям в России и за границей и ощущает усталость от растущего с каждым годом объема туристов и подстраивающегося под их запросы предложения. Опытный путешественник ощущает потребность в визите на территорию, сохранившую свой характер и не успевшую переодеться в «глобальную туристическую униформу» (однотипные навязчивые туристические сервисы и сувенирные продукты).

Тематическая установка определяет базовый принцип этого типа ООПТ — *инверсивность*. Она заключается в контрасте уникальной экосистемы вне массового туристического спроса и высококачественного предложения услуг и знаний по ключевой активности территории. Инверсивность достигается возможностью за короткий период и наблюдать за уединенной природной средой, и заниматься нишевой активностью с профессиональными инструкторами и высококачественным оборудованием.

Ключевая эмоция, которая характеризует этот тип ООПТ с точки зрения экотуризма — *любопытство*. Отправляясь в поездку, посетитель уже имеет предварительное представление о территории, которое было приобретено благодаря любопытству и потребностью в познании. В процессе визита на территорию любопытство только нарастает, подпитываясь обилием просветительских материалов и предложений.

Целевые аудитории и сценарии использования территории



Консервативная мотивация

Пара среднего возраста из населенного пункта, расположенного на расстоянии не более 700 км от ООПТ. Почти не имеют опыта путешествий, а отпуск на этом типе ООПТ для них – первый подобный опыт. Много слышали об ООПТ от знакомых, но не обладают глубоким представлением о территории. На месте сводят затраты к минимуму: живут в палатках, самостоятельно готовят еду. По причине малого туристического опыта, осторожно воспринимают досуговые предложения, зачастую ограничиваясь базовыми материалами в туристическом центре.



Консервативно-личностная мотивация

Семья с детьми, в которой родители хотят увлечь детей собственными экологическими интересами. Могут совершить поездку только в период школьных каникул, так как дети должны ходить в школу. При выборе территории для поездки ищут неочевидные участки, которые находятся на удалении от места проживания.



Прогрессивно-личностная мотивация

Группа физически активных посетителей среднего возраста, стремящаяся найти новые пути самовыражения через способы проведения отпуска. Их привлекла нетронутая и малопосещаемая экосистема с уникальным культурным контекстом. В событиях на ООПТ ценят ориентацию на узкую группу, частью которой являются. Цель их визита – возможность познавательной активности в сфере их интересов в сочетании с погружением в новые досуговые практики.



Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Пара среднего возраста	Отдых на природе	Природные территории в автомобильной доступности от города проживания	Уединенный многодневный контакт с природной средой недалеко от города проживания	Зависит от туристического продукта

Сценарий

Прибывают на территорию ООПТ на собственном автомобиле. Оставляют его на парковке. Живут в собственных палатках в кемпинге. Посещают туристический центр и просветительские мероприятия.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Семья с детьми среднего и старшего школьного возраста	Неочевидные природные территории в пределах страны	Природные территории на удалении от места проживания	Стремление увлечь детей собственными интересами	Период школьных каникул

Прибывают на территорию из аэропорта на арендованном автомобиле. Размещаются в гостевом доме среднего уровня комфорта. Арендуют необходимое оборудование и большую часть времени проводят, самостоятельно погружаясь в активности. Предпочитают питаться в местах общественного питания.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Группа физических активных друзей среднего возраста	Отдельные события, рассказывающие об уникальной природной среде	Природные территории на удалении от места проживания	Стремление к неочевидным форматам отдыха на стыке экотуризма и культурных мероприятий	Выходные дни

Добираются до ООПТ на арендованных автомобилях из аэропорта. Цель поездки – участие в культурном мероприятии, организованном для одной либо нескольких групп посетителей. Во время визита с любопытством знакомятся с природным своеобразием территории.

Прогрессивная мотивация

Группа прогрессивных молодых посетителей – студентов ведущих вузов страны, которые уже имеют большой туристический опыт и стремятся расширять географию маршрутов. Основная цель их визита – испытать яркие эмоции от событийной программы на малоизвестной территории. Спектр увлекающих их событий разнообразен: от местного этнического праздника до фестиваля электронной музыки на оригинальной площадке. Несмотря на то, что размещаются в палатках, испытывают интерес к предложениям высокой ценовой категории, таким как полеты на вертолетах и аренда автомобилей высокой проходимости.

Прогрессивно-ценностная мотивация

Студенты творческих вузов и молодые специалисты из творческих сфер, магнитом для которых становится профессиональное мероприятие на территории ООПТ. Природа может служить им ресурсом для вдохновения, однако основной интерес для них представляет уникальное событие из их профессиональной сферы: например, арт-резиденция, мастер-классы операторской работы с природным ландшафтом. Не испытывают интереса к физическим активностям.

Консервативно-социетальная мотивация

Группа молодых специалистов, активно следящая за лидерами общественного мнения. Год назад увидели впечатляющие отчеты с уникального события на ООПТ, собравшего группу медийных персонажей. Год спустя компания отправляется посетить это же событие. Выбор удаленной и непопулярной среди широкой аудитории ООПТ для них основан на желании продемонстрировать свой уникальный вкус и материальные возможности. Параллельно с событием проявляют интерес к уникальным физическим активностям.

Прогрессивно-социетальная мотивация

Группа активных друзей старшего возраста, сферы занятости которых исключают возможность отдыха за пределами страны. Главная цель их визита – активное общение собственной компанией на уединенной живописной территории с возможностями физических нагрузок. Для занятий новыми видами активностей группа нанимает инструктора и арендует профессиональное оборудование. В свободное от занятий время открыты предложениям сотрудников.

Консервативно-ценностная мотивация

Группа друзей предпенсионного возраста, которая приобрела пакетный тур на ООПТ. Мало знали об ООПТ до общения с турагентом, но возможность отдохнуть на малолюдной территории по насыщенной программе склонила их к этому выбору. За время отдыха хотят и испытать уникальные виды активностей, и базово изучить территорию, и познакомиться с культурой региона в рамках мероприятий. Не готовы к физическому дискомфорту: походам по сложным тропам, проживанию в кемпингах и гостевых домах базового уровня комфорта, самостоятельному изучению дальних зон без сопровождения.



Характеристика

Кто? Группа студентов младших курсов	Что? Необычная событийная программа, посвященная природной среде	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Интерес к нетронутой малоизвестной природной территории	Когда? Выходные дни
--	--	---	---	-------------------------------

Сценарий

Приезжают на автомобиле из аэропорта для участия в оригинальной событийной программе. Во время визита живут в собственных палатках.

Кто? Студенты старших курсов творческих вузов	Что? Организация культурного мероприятия на ООПТ	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Участие в экологически ориентированной событийной программе	Когда? Любое время года, исходя из событийной программы
---	--	---	---	---

Приезжают на личном автомобиле из аэропорта. Заинтересованы в посещении малоизвестной территории, на которой происходят уникальные мероприятия. Испытывают слабый интерес к природной среде, основное внимание уделяют событийному наполнению. Располагаются на одной из оборудованных для деятельности площадок.

Кто? Группа молодых специалистов	Что? Уникальные досуговые предложения, нацеленные на подготовленную аудиторию	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Демонстрация уникальности своих интересов и включенности в узкое сообщество	Когда? Зависит от туристического продукта
--	---	---	---	---

Прибывают на ООПТ из аэропорта, арендуя недорогой автомобиль. Несколько раз меняют место проживания: останавливаясь и в уникальном дорогом объекте размещения (глэмпинг, гостиничный комплекс), и в объекте размещения эконом-класса (хостел, гостевые дома). Пробуют уникальные активности территории.

Кто? Группа активных единомышленников предпенсионного возраста	Что? Живописные уединенные ландшафты в пределах страны	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Активный отдых на уединенной территории в пределах страны	Когда? Зависит от туристического продукта
--	--	---	---	---

Прибывают на территорию трансфером из аэропорта. Размещаются в гостевых домах высокой ценовой категории. Исследуют территорию со специалистом, детально знающим ООПТ. Занимаются активностью (альпинизм, горные лыжи, катание на снегоходах) на арендованном оборудовании. Испытывают интерес к культурной программе ООПТ.

Кто? Группа друзей предпенсионного возраста с доходами среднего уровня	Что? Насыщенный план отдыха на природной территории	Где? Природные территории на удалении от места проживания	Почему? Желание испытать уникальный опыт	Когда? Зависит от туристического продукта
--	---	---	--	---

Прибывают на территорию трансфером из аэропорта. Размещаются в гостевых домах и гостиницах среднего уровня комфорта. Посещают культурные мероприятия, демонстрируемые специально для туристической группы. Пробуют ключевые физические активности территории.



Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- **Качественным товаром** выступает нетронутая уникальная экосистема вне массового туристического потока. Идеиное единство посетителей может быть достигнуто с помощью социализирующих мероприятий, привлекающих всех посетителей ООПТ в конкретный день для обсуждения истории и других аспектов территории. Подобный эффект может поддерживаться и поощрением единения посетителей в формате сообществ в соцсетях и чатов в мессенджерах, а также использованием информационных каналов, посвященных рассказам о происходящем на территории в данный момент.
- **Ценной услугой** могут выступать смотровые конструкции, расположенные на удалении друг от друга. Подобные точки должны быть интересны не только как функциональные объекты, но и как образцы современной архитектуры, гармонично вписанные в ландшафт. Дополнительная функция смотровых конструкций — возможность укрыться внутри от непогоды.
- **Уникальным впечатлением** служит уникальная физическая активность, адаптируемая для посетителей разной степени подготовки. Территория должна позиционироваться как ключевой центр этой активности, способный увлечь и удивить любого за счет сервисного наполнения: профессиональных инструкторов-проводников, зонирования территории по сложности (от освоенных и безопасных участков для новичков до сложных зон для опытных), пунктов аренды специального оборудования, просветительской событийной программы и просветительских материалов.

Общая характеристика услуг

- **Просветительские услуги** превращают ООПТ в центр обмена опытом и расширения знаний о ключевой физической активности на территории и ключевых объектах наблюдения (растительный или животный мир, геофизические особенности). Просветительская программа должна включать мероприятия, социализирующие посетителей и развивающие взаимодействие между ними. Несобытийные просветительские услуги могут быть представлены аналоговыми материалами для самостоятельного изучения.
- **Туристические услуги** формируются вокруг контакта с уникальной природной территорией, привлекающей узкий сегмент аудитории. Они должны включать посетителя в особое сообщество. Пример подобной услуги — продажа «коробки исследователя ООПТ»: набора функциональных и символических предметов, подчеркивающих принадлежность к сообществу (карта территории, дневник наблюдений, значок и носки с логотипом

ООПТ, фонарик, рекомендации по развитию экологически полезных привычек и пр.).

- **Развлекательные услуги** подаются в виде качественной событийной программы, дополняющей просветительский потенциал территории, а не конкурирующей с ним. Развлекательные события должны формироваться вокруг партиципаторного включения в традиции коренного населения и событий.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- **Просветительская программа.** Просветительская программа формируется через событийную сетку и материалы для самостоятельного изучения и вовлечения. Содержание программы должно фокусироваться на уникальном предложении активностей на территории и удерживать интерес посетителей с разным уровнем владения темой.
- **Культурные мероприятия.** Рекомендуется разрабатывать культурные мероприятия с прицелом на аудиторию от 18 до 40 лет. Свежие событийные форматы (арт-резиденции, фестивали электронной музыки, гастрономические фестивали) могут стать дополнительными магнитами для посетителей и работать на контрасте с неизменчивостью природной среды.
- **Размещение.** Рекомендуется возведение мест размещения разных классов: гостевых домов базового и высокого уровня комфорта, а также комфортных объектов некапитального строительства (стеклянных иглу, жилья в морских контейнерах, вагонах).
- **Питание.** Рекомендуется делать акцент на уникальные локальные ингредиенты и использование переосмысленных рецептов кухни коренного населения. Одновременно следует сохранить в меню долю привычных для городского жителя блюд. Территорию ООПТ рекомендуется оборудовать зонами барбекю, обеспечивающими безопасность разведения огня для экосистемы.
- **Прогулки и наблюдение за природой.** Предполагается развитие ограниченного числа однодневных и многодневных пеших маршрутов. Рекомендуется размещать смотровые площадки на значительном расстоянии друг от друга, чтобы поощрить посетителей к длительным пешим прогулкам и продемонстрировать проходимость и безопасность маршрута.

Рекомендации по разработке символики

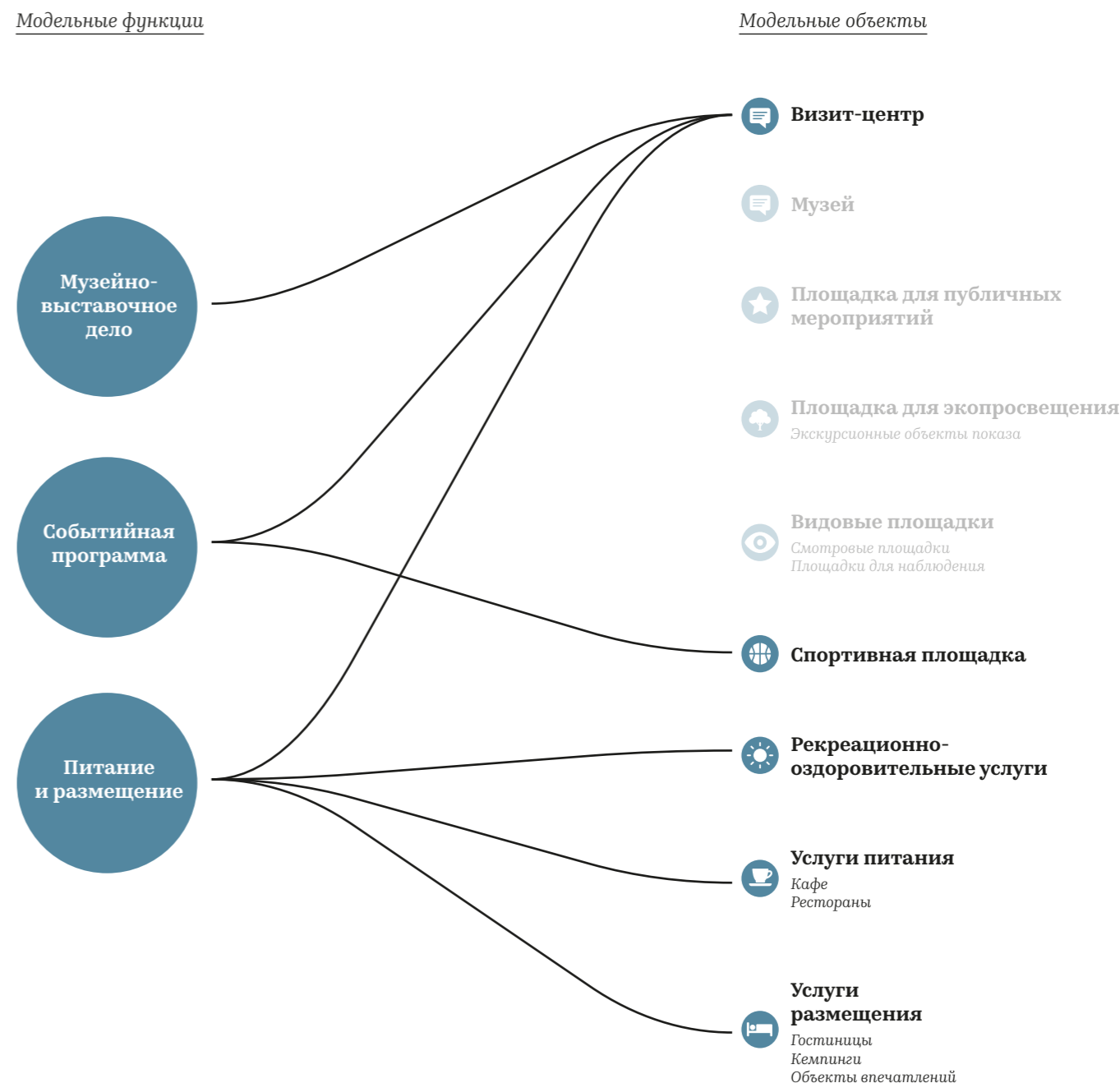
- **Входная группа** может отражать архитектурно-бытовые традиции коренного населения территории в современной интерпретации.
- **Иконическим объектом** может быть сочетание образа обитателя местной экосистемы

Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для рекреации.

Модельные функции





Н

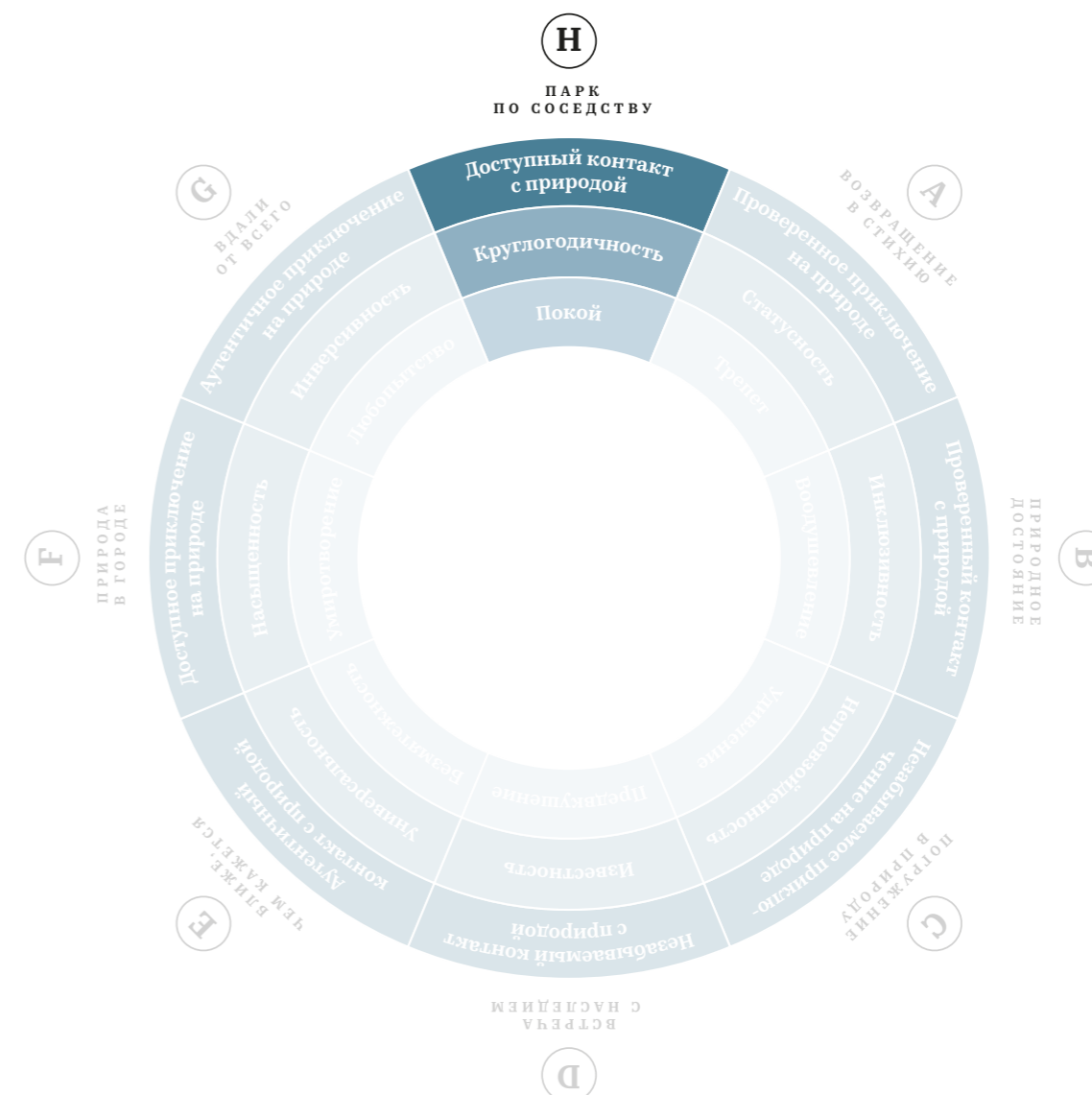
Парк
по соседству

Описание типа

Тип «Парк по соседству» — это доступный контакт с природой, уютный домашний цветник, наполненный красками городских улиц. Расположенные преимущественно в крупных городах, эти природные территории служат источником сил в будни и вдохновения в выходные дни для жителей окружающих многоквартирных домов.



Подход к событийному программированию



Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- визиты продолжительностью несколько дней;
- потенциал для рекреации.

Формула этого типа ООПТ — «Парк по соседству» — определяется характеристиками его ценностного предложения. Тематика типа заключается в возможности доступного контакта с природой. Ежедневный стресс и дефицит времени формирует у горожан запрос на как можно более частое пребывание в природной среде без значительных временных затрат на дорогу. Подобный запрос формирует предложение благоустроенных природных территорий в шаговой доступности от жилья и транспортной инфраструктуры.

Тематика определяет базовый принцип этого типа ООПТ — круглогодичность, которая состоит в создании всепогодной инфраструктуры и сервисов.

Ценностное предложение ООПТ подразумевает инклюзивность и спектр популярных и доступных услуг на территории.

Ключевая эмоция, которая характеризует такие ООПТ с точки зрения экологического туризма, — покой. Посетители могут воспользоваться точками общественного питания и прокатом инвентаря, но при этом территория также располагает к простому созерцанию во время прогулки. Здесь можно окунуться в тишину, замедлиться и побыть наедине с самим собой.

Целевые аудитории и сценарии использования территории



Прогрессивно-личностная мотивация

Студенты и недавние выпускники вузов, знающие территорию с детства. Они хотят отдохнуть на природе компанией после загруженной учебной или рабочей недели, устроив пикник на природе. В то же время они не готовы тратить время на дорогу. Их цель — совместный досуг на природе в привычном для них окружении.



Прогрессивно-ценностная мотивация

Двое пожилых людей, работавших вместе до выхода на пенсию. Периодически встречаются на природе для игры в шахматы. Это их давняя традиция, которая позволяет поддерживать общение и сохранять ясность ума. Встречаются 1–2 раза в месяц в теплый сезон, ориентируясь на погодные условия. В качестве места встречи выбирают расположенную поблизости от места жительства природную территорию.



Прогрессивная мотивация

Молодой фрилансер, обычно работающий из дома, реже — из коворкингов. Проводит много времени за компьютером и ищет новые, более полезные для здоровья форматы работы. Таким форматом становится возможность поработать на свежем воздухе в ООПТ в хорошую погоду. Предпочитает более активный отдых в выходные дни, поэтому готов посещать территорию только по будням.



Сегментация целевой аудитории данного типа

Консервативная мотивация	Консервативно-личностная мотивация	Прогрессивно-личностная мотивация	Консервативно-социетальная мотивация	Прогрессивно-социетальная мотивация	Консервативно-ценностная мотивация	Прогрессивно-ценностная мотивация	Прогрессивная мотивация

Характеристика

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Студенты и недавние выпускники вузов	Площадка для пикника	Природные территории недалеко от дома	Совместный досуг на природе	Выходные дни

Сценарий

Приезжают на велосипедах. Оставив их на велопарковке у входа на ООПТ, перемещаются по территории пешком. У информационного стенда знакомятся с правилами проведения пикников на территории. Устраивают пикник. После могут сыграть в бадминтон со своим или арендованным оборудованием.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Двое друзей пенсионного возраста	Игра в шахматы на природе	Природные территории в пешеходной доступности от дома	Старая традиция, позволяющая поддерживать общение и тренировать ум	Теплый сезон в зависимости от погодных условий

Приходят на ООПТ пешком. При входе на территорию приобретают печатную прессу. Встречаются у входной группы либо другого ориентира на территории, после чего не спеша идут до своего любимого места, обсуждая последние новости. В перерывах между партиями в шахматы читают приобретенную прессу. После нескольких партий прогуливаются по территории и покидают ООПТ.

Кто?	Что?	Где?	Почему?	Когда?
Молодой фрилансер	Возможность работы на свежем воздухе в хорошую погоду	Природные территории недалеко от дома	Поиск новых мест для работы	Будни

Приходит на ООПТ пешком или приезжает электросамокате. С собой приносит заряженный ноутбук, который подключает к местному вайфаю. Ищет уединенные места, где можно поработать в тишине, периодически прерываясь на созерцание природы. Закончив работать, может совершить прогулку по ООПТ и покинуть территорию через другой вход, чтобы разнообразить маршрут.

Консервативная мотивация

Молодые люди, которые любят заниматься спортом на свежем воздухе – в одиночку или небольшими компаниями. Для них ценна возможность делать это регулярно, поэтому в приоритете территории как можно ближе к дому – чтобы не тратить время на дорогу. Не склонны к лишним тратам, поэтому обычно приносят инвентарь с собой. Могут образовать сообщество в соцсетях, чтобы договариваться о командных играх или групповых тренировках.

Консервативно-личностная мотивация

Группа посетителей старшего возраста, которая встречаются на ООПТ – общение старым кругом знакомых в выходные дни стало для них традицией. Предпочтение отдают хорошо известному месту, расположенному поблизости от их места проживания. Помимо общения, они также ищут уединения на природе – в пространстве, сочетающем тишину и комфорт.

Консервативно-социетальная мотивация

Посетитель старшего возраста, который ищет место для физических упражнений и рекреации. Из-за регулярности упражнений ищет место в шаговой доступности от дома. В основном посещает территорию в выходные, но может прийти и вечером в будни. Природное окружение ему важно для концентрации на физической активности.

Прогрессивно-социетальная мотивация

Молодые люди, участвующие в спортивных или других соревнованиях. Заинтересованы не в конкретной природной территории, а в целом в мероприятиях, которые проходят на открытых пространствах, в частности на ООПТ. Важный фактор привлекательности в этом случае – хорошая транспортная доступность территории.

Консервативно-ценностная мотивация

Семьи с маленькими детьми, желающая провести выходной на свежем воздухе. Заинтересованы прежде всего в доступности территории и комфортной инфраструктуре. Ключевая потребность – предоставить детям пространство для игр и физической активности без угроз, характерных для городской среды. Природная среда в этом случае фоновый фактор, ее специфика не так важна.



Характеристика

Кто? Молодые люди, регулярно занимающиеся спортом	Что? Природная территория с инфраструктурой для занятий спортом	Где? Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Почему? Поддержания физической формы рядом с домом	Когда? Выходные дни
---	---	---	--	-------------------------------

Сценарий

Приходят на ООПТ пешком или приезжают на собственных велосипедах из одного из соседних жилых районов. В зимнее время могут кататься на лыжах, летом – заниматься спортивной гимнастикой. Обычно приносят спортивное оборудование с собой, но могут и воспользоваться пунктом проката.

Кто? Группа посетителей старшего возраста	Что? Уединение на природе	Где? Природные территории вблизи развитой транспортной инфраструктуры	Почему? Общение со старыми знакомыми на природе недалеко от дома	Когда? Выходные дни
---	-------------------------------------	---	--	-------------------------------

Приходят на ООПТ пешком или приезжают на общественном городском транспорте. Совершают прогулки по территории. Могут посетить тематическую ярмарку, эко-просветительскую лекцию или другое событие дня. С удовольствием наблюдают за птицами и животными.

Кто? Посетитель старшего возраста	Что? Место для физических упражнений и рекреации	Где? Природные территории в пешеходной доступности от дома	Почему? Контакт с природной средой недалеко от дома	Когда? Выходные дни
---	--	--	---	-------------------------------

Приходит на ООПТ пешком для занятий спортом в одиночку. Их формат определяется инфраструктурными возможностями территории: тренировать бросок у баскетбольного кольца, подтягиваться на турнике. Независимо от наличия инфраструктуры, в летний сезон может бегать и кататься на велосипеде, в зимний – кататься на лыжах.

Кто? Молодые люди, участвующие в спортивных и других соревнованиях	Что? Открытые площадки для соревнований	Где? Природные территории в городской среде с хорошей транспортной доступностью	Почему? Участие в важном для себя формате активности	Когда? Выходные дни
--	---	---	--	-------------------------------

Прибывают на ООПТ пешком или на общественном транспорте. Цель визита – специальное мероприятие на территории. Это может быть либо спортивное событие (забег) или другое мероприятие (конкурс на лучший самодельный дрон). Природная среда не представляет интереса для этого сегмента, однако они могут воспользоваться местными кафе и магазинами.

Кто? Родители с детьми дошкольного возраста	Что? Природная территория с детскими площадками	Где? Природные территории в пешеходной доступности от дома	Почему? Возможность провести время с детьми на свежем воздухе	Когда? Выходные дни
---	---	--	---	-------------------------------

Приходят пешком. Хорошо знают территорию, поэтому сразу направляются на детскую площадку. Пока дети играют, родители общаются между собой. После визита на площадку, по дороге к выходу родители покупают детям мороженое либо горячие напитки (в зависимости от сезона).



Модельный набор услуг

Ценностное предложение территории

- Качественным товаром выступает природная среда, не требующая большого количества сервисов и плотной программы. Необходима максимальная включенность объекта в городскую среду и насыщение необходимыми услугами районного и городского значения.
- Ценной услугой выступает качественное благоустройство, инфраструктура для занятий спортом и инклюзивные сервисы для разных возрастов, МГН и людей с инвалидностью. Для этого необходимо привлечение местного бизнеса и органов самоуправления.
- Уникальным впечатлением служит круглогодичное качественное содержание территории с предоставлением оборудования по индивидуальному запросу. Включение таких услуг требует работы с местным бизнесом и органами самоуправления.

Общая характеристика услуг

- Просветительские услуги формируются за счет публичных лекций и летнего кинотеатра. Репертуар мероприятий должен быть рассчитан на разные возрастные группы. Просветительские мероприятия могут быть посвящены охране окружающей среды и рациональному природопользованию, а также могут работать с темой специфики жизни в современных городах.
- Туристские услуги для этого типа ООПТ носят базовый характер. Это могут быть разовые мероприятия для широкой аудитории, а также знаковые объекты инфраструктуры — детские и спортивные площадки, выполненные по уникальным проектам.
- Развлекательные услуги состоят в предложении разных вариантов комфортного времяпровождения на свежем воздухе. Это могут быть как опции по аренде инвентаря, так и кафе и сувенирные магазины.

Рекомендации по разработке туристского продукта

- Просветительская программа. Ориентирована на жителей соседних районов, в том числе детей и пожилых людей. Рекомендуется программировать несколько параллельных блоков мероприятий и прицельно информировать о них релевантные целевые аудитории. В фокусе — популяризация здорового образа жизни, развитие практических и творческих навыков, формирование сообществ.
- Культурные мероприятия. Важно развивать обращение к локальной (районной) повестке

и принцип соучастия пользователей в подготовке и реализации событий.

- Размещение. Не предусматривается.
- Питание. Основной принцип — множество точек в формате «на вынос» разных концепций и кухонь.
- Прогулки и наблюдение за природой. Детальной проработки маршрутов не требуется — достаточно имеющихся тропинок. Необходим информационный щит с картой территории рядом с входной группой и акцентирование ключевых точек пешеходных маршрутов с помощью стел или указателей.

Рекомендации по разработке символики

- Входная группа, с одной стороны, должна напоминать о неразрывной связи ООПТ с городской средой и отражать характерные для города архитектурно-визуальные коды. С другой стороны, она также должна подчеркивать природный характер этой территории, который и служит основной мотивацией для визита.
- Иконическим объектом может стать характерный естественный элемент ООПТ (например, ручей или определенный вид растений) или же ее характерный рукотворный элемент (например, мост или беседка).

Принципы организации программной сетки

- Знаковое событие проходит один или два раза в год. Может быть приурочено к открытию / закрытию сезона, легенде территории.
- Особый подход к государственным праздникам состоит в том, что данный тип ООПТ может служить ключевой площадкой для отдыха и встреч горожан. Необходимо найти баланс между потребностями охраны природы и ожиданиями жителей.
- Дни недели и сезонность. Территория рассчитана на круглогодичное использование, большую часть мероприятий стоит планировать на выходные дни.
- Специальные проекты с внешними партнерами должны учитывать характер остальных мероприятий. Если планируемое мероприятие выбивается из программной сетки, его лучше проводить в периоды минимальной событийной насыщенности (будни).

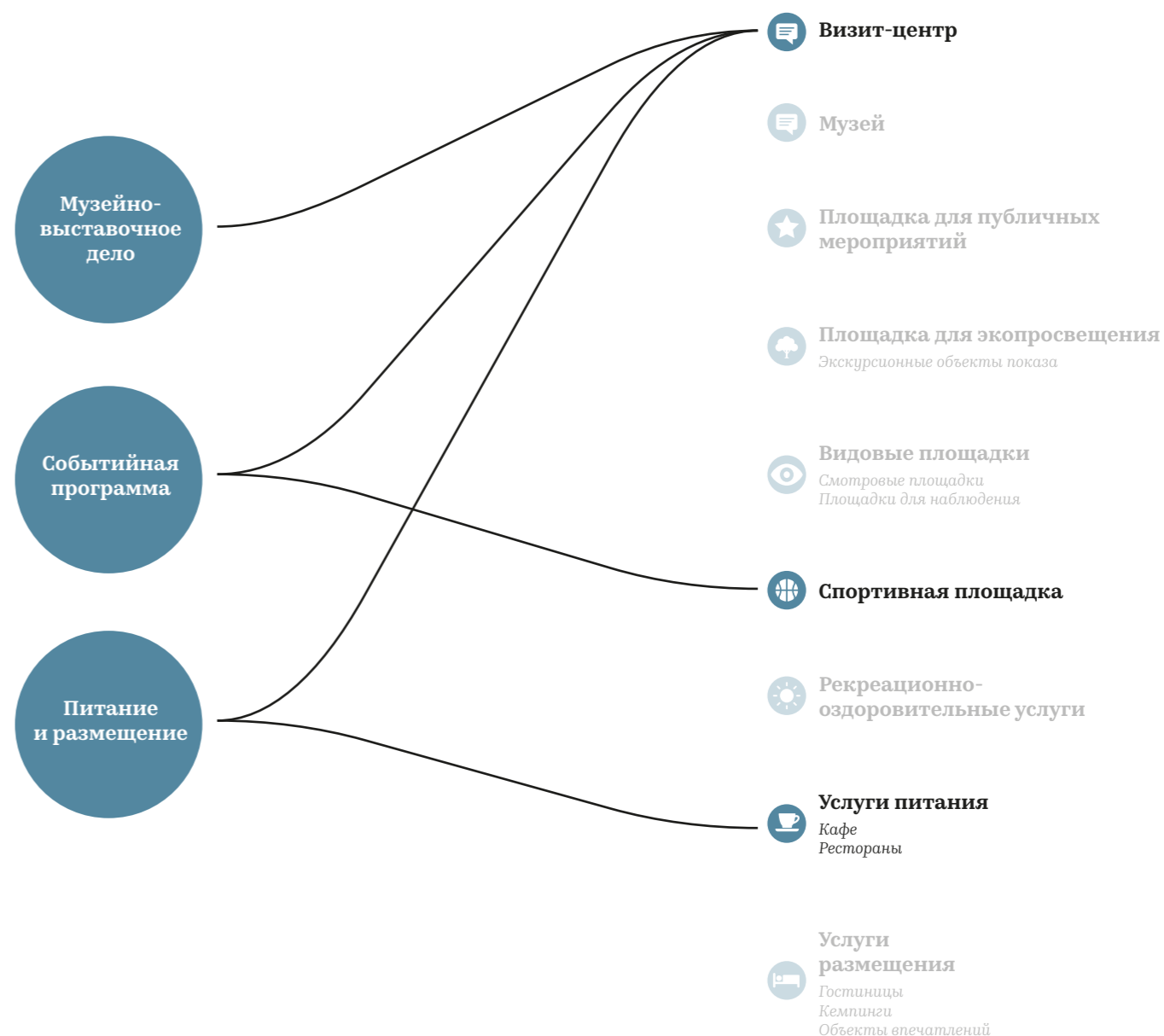
Перечень сервисов и услуг

Событийная программа опирается на следующие характеристики ООПТ:

- типичные объекты показа;
- однодневные визиты;
- потенциал для экопросвещения и рекреации.

Модельные функции

Модельные объекты



Общие рекомендации для всех типов ООПТ

В данном разделе представлены общие рекомендации по развитию экотуризма на ООПТ с точки зрения особенностей России. Ключевые особенности определены по трем характеристикам ООПТ:

- разнообразие флоры и фауны как особенность, влияющая на объекты показа туристам;
- длительный зимний период на большей части территории страны как особенность, влияющая на разнообразие пользовательского опыта;
- транспортная удаленность и низкая связность территории как особенность, влияющая на продолжительность посещения.

Данные условия требуют особых навыков работы. Так, представители флоры и фауны могут стать уникальными объектами туристского показа, но данный ресурс может и не использоваться из-за антропофобии животных. Также продолжительный зимний период может стать источником дополнительных активностей, а может ограничивать продолжительность туристического сезона. Наконец, транспортная доступность может как повысить привлекательность ООПТ для жителей сопредельных территорий, так и стать барьером для ее посещения.

В данном разделе представлены общие рекомендации по развитию ООПТ с точки зрения трех особенностей формирования экотуристского продукта. Они направлены на улучшение пользовательского опыта по отдельным статьям и являются инструментом тактического совершенствования, а не стратегического переосмысления ООПТ.

Общие рекомендации по туристским маршрутам и экологическим тропам

- Рассмотрите весь спектр категорий пользователей, учитывая их возраст и физические способности, в начале процесса проектирования — особенно доступа к маршрутам и по всему пространству парка. Предусмотрите поручни для всех дорожек на склонах.
 - Проконсультируйтесь с жителями сопредельных территорий, посетителями и туристическими операторами при разработке новых маршрутов, чтобы понять, кто их потенциальные пользователи и каковы их предпочтения.
 - Определите подходящие места для киосков, в которых можно продавать напитки и продукты питания. Предусмотрите места для сидения.
- Рекомендации по зимним туристским маршрутам и экологическим тропам:
- Учитывайте стороны света при проектировании дорожек рядом со зданиями: лучше, чтобы они

- проходили с солнечной стороны;
- Убедитесь, что сток талой воды отводится в сторону от дорожек, чтобы предотвратить опасность падения на них посетителей из-за циклов замерзания-оттаивания воды;
- Предусмотрите вывески вдоль лыжных трасс, чтобы пешеходы не ходили по ним в зимнее время.

Общие рекомендации по сервисам и услугам

- Подумать о том, чтобы включить адаптированные места для отдыха с безбарьерной средой для поддержки адаптированных занятий, таких как хоккей на санях.
- Проектируйте общественные места так, чтобы люди, находящиеся на улице, могли видеть, что происходит в помещении, и наоборот, из помещения было видно улицу.
- Используйте интеллектуальные системы управления, чтобы свет на территории приглушался или выключался, когда в нем нет необходимости.

Рекомендации по зимним сервисам и услугам

- Разработать методы для адаптации существующих функций ООПТ к зимним видам деятельности, таким как катание на коньках, лыжах, санях и катание с горок.
- Проводите мероприятия в непосредственной близости от торговых точек, когда это возможно, чтобы перерывы посетители могли проводить в теплых помещениях, что, в свою очередь, повышает число покупок.
- Выделите подходящие участки в парках и в долинах рек для временных и уникальных игровых сооружений, таких как ледяные скульптуры, ледяные замки, снежные скамейки и рисунки на снегу.
- Проектируйте укрытия для защиты посетителей от холода с утепленными местами для сидения и освещением. Следует помнить, что темные цвета поглощают и излучают тепло в течение более длительного времени, поэтому предпочтительно их использование.
- Установите безбарьерные утепленные хижины (и зимние общественные туалеты) вдоль троп и в местах для отдыха или обеда, также обеспечивающие защиту от атмосферных воздействий.
- Используйте по возможности отражающие поверхности, такие как зеркала, в местах, куда не попадают прямые солнечные лучи.

- Создайте уникальные защищенные от ветра площадки с подвижными стенами или перегородками, которые можно перенастроить в разные пространства.

Транспортная доступность и интермодальность

- Принцип интермодальности следует понимать как возможность плавный переход из транспортной инфраструктуры сопредельных территорий в сеть экотроп ООПТ, который становится возможным благодаря ряду общественных сервисов:
- Остановки общественного транспорта рядом со всеми входными группами позволят посетителям всех категорий выбрать удобный им вход, а также более интенсивно изучать ООПТ, не боясь удалиться от остановки общественного транспорта.
 - Предоставление детских колясок в аренду позволяет родителям более гибко планировать поездку и не задумываться о необходимости везти коляску с собой. Это создает дополнительный поток молодых посетителей, которые могут стать активными сторонниками развития ООПТ.
 - Возможность взять в аренду инвалидную коляску может привлечь на ООПТ маломобильные группы населения. Организованные групповые посещения могут стать важным элементом социальной миссии ООПТ в части работы с жителями сопредельных территорий.
 - Камеры хранения позволяют посетителям оставлять вещи и проходить на территорию ООПТ без лишнего багажа. Для администрации выгода состоит в возможности генерации дополнительных средств и улучшении пользовательского опыта посетителей.
 - В банкоматах посетители могут получать наличные деньги. Организация ярмарок с участием местных жителей не всегда подразумевает размещение терминалов для безналичных расчетов, поэтому своевременное размещение банкоматов с услугами инкассации является важным условием плодотворного развития локальных бизнесов за счет вовлечения в деятельность ООПТ.
 - Велопарковки имеют особое значение для ООПТ, расположенных недалеко от крупных транспортных магистралей, а также вблизи городов. Наличие велопарковок станет стимулом посетить ООПТ для любителей здорового образа жизни, которые могут стать активными сторонниками развития ООПТ.
 - Автомобильная парковка и парковка для кемпинга создают условия для посещения более состоятельных категорий посетителей. Для их привлечения следует предусмотреть оригинальную событийную программу.
 - Предоставление в аренду площадок, оборудования и помещений для проведения мероприятий является особой формой реализации принципа интермодальности, поскольку такая возможность создает дополнительные точки притяжения внутри ООПТ. В этом случае администрация ООПТ должна стремиться привлечь таких посетителей, проводящих уникальные мероприятия, к регулярной программе территории, предложить им

посетить ООПТ в будущем, чтобы осмотреть основные объекты.

Объекты показа и антропофобия у животных

Животные могут быть уникальным объектом показа для посетителей, поэтому в обеспечении наблюдения за животными невооруженным глазом заключается потенциальная возможность развития ООПТ. Для этого необходимо уделять внимание проблеме снижения порога антропофобии диких животных на ООПТ в целях их демонстрации посетителям. В этом случае посетители имеют возможность ознакомиться с дикими животными в естественных условиях, а не в ситуации содержания животных в зоопарке. Животные некоторых видов особенно сильно реагируют на присутствие человека (антропофобные виды): не переносят его частого появления на своей территории. Однако отношение к человеку у таких животных может измениться на нейтральное и даже заинтересованное, что скажется и на их поведении, если контакты с человеком не наносят вреда животным.

Млекопитающие почти всех видов привыкают к человеку и перестают его пугаться. Для этого на ООПТ необходимы:

- Эффективная охрана ООПТ, исключая браконьерство. Постоянное присутствие на ООПТ туристов способствует борьбе с браконьерством.
- Регулирование поведения диких животных за счет биотехнологий: создание специальных троп, водоемов, мест для подкормки.

Список литературы и источников

- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2010). VRIO Framework // Hesterly, W., & Barney, J. (2010). Strategic management and competitive advantage. Upper Saddle River, NJ.
- Glaser, M., Krause, G., Ratter, B., & Welp, M. (2008). Human/Nature interaction in the anthropocene potential of social-ecological systems analysis. *Gaia-Ecological Perspectives for Science and Society*, 17(1), 77–80.
- Eagles, P. F., McCool, S. F., Haynes, C. D., & Phillips, A. (2002). *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management* (Vol. 8). Gland: IUCN.
- European Travel Commission. (2007). *Handbook on tourism market segmentation: maximising marketing effectiveness*. World Tourism Organization (WTO).
- Kajala, L. (2007). *Visitor monitoring in nature areas: A manual based on experiences from the Nordic and Baltic countries*. Nordic Council of Ministers.
- Costanza R., Low B.S., Ostrom E., Wilson J. (2001) *Institutions, Ecosystems, and Sustainability*. Boca Raton, FL: Lewis.
- Sustainable Wildlife Management and Human-Wildlife Conflict. CPW Fact Sheet.
- USA Guidelines for trail planning, design and management. TRC.
- Impossible.earth.
[Электронный ресурс].
URL: <http://impossible.earth/pages/intro/>
- The 17 sustainable development goals to transform our world.
[Электронный ресурс].
URL: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/envision2030.html>
- UNWTO International Tourism Highlights 2019 Edition.
[Электронный ресурс].
URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- Бобылев С.Н., Медведева О.Е., Сидоренко В.Н., Соловьева С.В., Стеценко А.В., Жушев А.В. *Экономическая оценка биоразнообразия* / Под ред. С.Н. Бобылева, А.А.Тишкова – М.: 1999. - 112 с.
- Стишов М. С., Дадли Н. (2018) *Охраняемые природные территории Российской Федерации и их категории*. М.: Всемирный фонд дикой природы (WWF). 248 с.
- Замятин Д.Н. (2014). *Постгеография. Капитал(изм) географических образов*. М.: Гуманитарная академия

Список нормативно-правовых актов

Федеральные законы

- Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 №136-ФЗ
- Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ.
- Водный кодекс Российской Федерации от 03.06.2006 № 74-ФЗ.
- Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 № 200-ФЗ.
- Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
- Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации от 30.04.1999 № 81-ФЗ.
- Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 №63-ФЗ.
- Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ
- Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
- Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях».
- Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды».
- Федеральный закон от 04.05.1999 № 96-ФЗ «Об охране атмосферного воздуха».
- Федеральный закон от 24.04.1995 № 52-ФЗ «О животном мире».
- Федеральный закон от 23.11.1995 № 174-ФЗ «Об экологической экспертизе».
- Федеральный закон от 01.05.1999 № 94-ФЗ «Об охране озера Байкал».
- Федеральный закон от 21.12.2004 № 172-ФЗ «О переводе земель или земельных участков из одной категории в другую».
- Федеральный закон от 30.11.1995 № 187-ФЗ «О континентальном шельфе Российской Федерации»;
Федеральный закон от 31.07.1998 № 155-ФЗ «О внутренних морских водах, территориальном море и прилегающей зоне Российской Федерации».
- Федеральный закон от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях».
- Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
- Федеральный закон от 29.12.2014 № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации».
- Федеральный закон от 29.07.2017 № 216-ФЗ «Об инновационных научно-технологических центрах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
- Федеральный закон от 03.12.2011 № 392-ФЗ «О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
- Федеральный закон от 22.07.2005 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации».
- Федерального закона от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации».
- Федеральный закон от 21.07.1997 №116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов».
- Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
- Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».
- Федеральный закон от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
- Федеральный закон от 21.12.2001 № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества».

Подзаконные акты

Постановление Правительства РФ от 29.12.2018 № 1730 «Об утверждении особенностей возмещения вреда, причиненного лесам и находящимся в них природным объектам вследствие нарушения лесного законодательства».	капитальный ремонт которых предполагается осуществлять на землях особо охраняемых природных территорий, для проведения государственной экспертизы и государственной экологической экспертизы».	Приказ Минэкономразвития России от 12.07.2010 № 293 «Об установлении Порядка подготовки и заключения договора аренды земельного участка, расположенного в границах функциональных зон национальных парков».
Постановление Правительства РФ от 19.02.2015 № 138 «Об утверждении Правил создания охранных зон отдельных категорий особо охраняемых природных территорий, установления их границ, определения режима охраны и использования земельных участков и водных объектов в границах таких зон».	Постановление Правительства РФ от 09.02.2007 № 90 «Об утверждении примерного концессионного соглашения в отношении объектов культуры, спорта, организации отдыха граждан и туризма и иных объектов социально-культурного назначения».	Приказ Минприроды РФ от 05.03.2010 № 63 «Об утверждении нормативов предельно допустимых воздействий <...>, опасных и умеренно опасных для уникальной экологической системы озера Байкал».
Постановление Правительства РФ от 24.12.2012 № 1391 «О государственном надзоре в области охраны и использования особо охраняемых территорий федерального значения».	Постановление Правительства РФ от 30.08.2001 № 643 «Перечень видов деятельности, запрещенных в центральной экологической зоне Байкальской природной территории».	Приказ Минприроды от 16.07.2007 № 181 «Об утверждении особенностей использования, охраны, защиты, воспроизводства лесов, расположенных на особо охраняемых природных территориях».
Постановление Правительства РФ от 16.07.2009 № 582 «Об основных принципах определения арендной платы при аренде земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, и о Правилах определения размера арендной платы, а также порядка, условий и сроков внесения арендной платы за земли, находящиеся в собственности Российской Федерации».	Приказ ФАНО России от 07.11.2016 № 51н «Об утверждении Порядка определения платы, взимаемой за посещение физическими лицами территорий государственных природных заповедников, находящихся в ведении Федерального агентства научных организаций, в целях познавательного туризма».	
Постановление Правительства РФ от 07.11.2008 № 822 «Об утверждении Правил представления проектной документации объектов, строительство, реконструкцию,	Приказ Минэкономразвития России от 06.07.2012 № 388 «Об установлении Порядка подготовки и заключения договоров аренды земельных участков, расположенных в границах специально выделенных участков биосферного полигона государственного природного биосферного заповедника».	

Документ подготовлен Обществом с ограниченной ответственностью «СИТИМЭЙКЕРС» по заказу Автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» в рамках исполнения договора № 19–1999-ДОГ на оказание услуг по разработке комплекта документов в рамках «Туристической модели природных территорий».