

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-24-34

Экологические тропы как фактор развития устойчивого туризма на природных территориях

Ecological trails as a factor in the development of sustainable tourism in natural areas

Королева Оксана Владиславовна,

к. и. н., доцент

E-mail: korolevaov@mail.ru

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского»,
г. Саратов, Россия

Oksana Koroleva

History PhD, Associate Professor

Saratov State University named after N.G. Chernyshevskiy, Saratov, Russia

Аннотация: Цель исследования — изучить такой аспект экотуристской инфраструктуры как планирование экологической тропы и ее роль в развитии устойчивого туризма. Туристская тропа рассматривается как один из важнейших элементов экосистемы природных территорий. Важным этапом планирования устойчивой туристской тропы является создание туристского продукта на основе предлагаемой ценности. Сформулированы специфические особенности продукта, отвечающие критериям устойчивого развития. С учетом того, что устойчивость стала охватывать все составляющие туристского опыта, важным критерием продукта называется уровень развития туристских функций. Отмечается необходимость надлежащим образом адаптировать тропу и ее продукт к меняющимся потребностям туриста. Правильно организованная интерпретация ценности тропы имеют большое значение для ее устойчивого функционирования.

Ключевые слова: устойчивый туризм, туристская тропа, экологический туризм, планирование экологических троп, природные туристские территории.

JEL codes: Q01, Z32, Q57, Q26

Abstract: The purpose of the study is to examine such an aspect of ecotourism infrastructure as planning an ecological trail and its role in the development of sustainable tourism. The tourist trail is considered as one of the most important elements of the ecosystem of natural areas. An important step in the planning of a sustainable tourist trail is the creation of a tourist product based on the proposed value. The specific features of the product that meet the criteria of sustainable development are formulated. In view of the fact that sustainability has come to encompass all components of the tourist experience, the level of development of tourist functions is called an important criterion of the product. The need to properly adapt the trail and its product to the changing needs of the tourist is noted. A properly organized interpretation of the value of a trail is essential for its sustainability.

Keywords: sustainable tourism, tourist trail, ecological tourism, ecological trail planning, natural tourism areas

1. ВВЕДЕНИЕ

Различные аспекты современного туризма изменились и продолжают меняться под влиянием разных контекстов и в связи с появлением новых возможностей.

Загрязнение окружающей среды, негативные эффекты чрезмерного туризма на принимающие сообщества и экосистемы, изменение климата стали причиной того, что международные организации, на-

циональные правительства, предприятия туристической индустрии и сами путешественники стали уделять всё большее внимание развитию устойчивых туристских практик. Устойчивый туризм, под которым понимают туризм, «в полной мере учитывающий свои настоящие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, при этом удовлетворяющий потребности посетителей, индустрии, окружающей среды и принимающих сообществ» (UNWTO, 2005), отвечает целям ООН в области устойчивого развития, отражает идеологию туризма будущего и призван служить идее ответственного отношения к природной и культурной среде.

Экологический туризм, отвечающий принципам устойчивого развития, является неотъемлемой частью глобальной трансформации рынка путешествий. Спрос на экотуризм высок и будет продолжать расти. В ходе опроса, проведенного платформой онлайн-бронирования «Booking.com», было установлено, что путешественники становятся все более обеспокоенными экологическими вопросами, наряду с социальными и политическими, что в скором будущем станет определяющим фактором спроса (Barratt V., 2019). Интерес нового поколения туристов к природным путешествиям растет большими темпами, также как их готовность к экологическому туризму, что связано с распространением рациональных и этических решений о покупках. Экологически устойчивые результаты туристской деятельности ставятся выше «впечатления» от отдыха. Практики, которые в настоящее время используют или планируют использовать устойчивые бизнес-модели экотуризма, характеризуют это явление настоящей революцией. У туризма без устойчивого развития нет будущего. Все больше малых и средних предприятий и предпринимателей вовлекаются в этот сектор со своими индивидуальными предложениями экологически устойчивых услуг.

В России также наблюдается возросший интерес к теме вовлечения природных территорий в производство экологического турпродукта. Агентство стратегических инициатив (АСИ) вместе

с экспертами прогнозируют скорое появление новых направлений экологического туризма, что связано не только со стремлением туристов путешествовать в безопасные места, но и с созданием и развитием кластеров экологического туризма. Развитие экологического туризма в полной мере соответствует целям и задачам федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» национального проекта «Экология», наряду с более широкой, значительной и направленной на устойчивое развитие туристской индустрии инициативой в составе национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. экологический туризм назван одним из приоритетных видов туризма в нашей стране (Strategiya, 2019).

Туристы требуют все более специализированных и пространственно сосредоточенных форм развития туризма, подразумевающих более экстенсивное использование ресурсов, оказывая потенциально большее воздействие на окружающую среду, чем раньше. Чтобы свести к минимуму это воздействие, обеспечивая при этом последовательное получение разнообразных впечатлений в течение ограниченного периода времени, требуется тщательно спланированная система инфраструктуры. Подход к планированию инфраструктуры устойчивого туризма призван обеспечивать желаемый и ожидаемый опыт посетителей, без превышения нормы пропускной способности и минимизируя воздействие на природные и культурные ресурсы, а также соответствовать интересам местных сообществ. Проектируемые туристские объекты должны отражать уникальные черты и соответствовать политике управления природными территориями. (Paul F. J. Eagles, et. al., 2002). Планирование устойчивой инфраструктуры экологического туризма требует создания устойчивых туристских троп. Экологические тропы являются важнейшим элементом инфраструктуры и имеют важное функциональное значение. Они должны не только структурировать пространство, делая его более понятным

и интересным для посетителей и повышая доступность ресурсов, но и обеспечивать устойчивое развитие региональной туристско-рекреационной системы.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

О повышенном общественном интересе к рассматриваемому вопросу свидетельствует прошедшая в октябре 2021 года IV Международная конференции «Природный туризм: глобальные вызовы и перспективы России», в работе которой участвовали ведущие российские и международные эксперты, лидеры заповедного дела, представители деловых кругов, государственные и общественные деятели. В резолюции отмечается как несовершенство отраслевой политики регулирования и механизмов государственной поддержки этой сферы, так и ее неспособность создавать достаточную инфраструктуру и предлагать качественные сервисы, что оставляет отложенной значительную долю потребительского спроса на путешествия по природным территориям (Resolution, 2021).

Исследование, представленное в настоящей статье, является попыткой определить условия, необходимые для повышения устойчивости функционирования туристских троп на природных охраняемых территориях. Критический анализ результатов зарубежных и отечественных исследований, практических руководств экспертных органов, таких как АСИ, статистических данных позволяет сформулировать постулаты, следование которым обеспечит устойчивое функционирование экологических троп в целях практической реализации идеи устойчивого развития.

В зарубежной научной литературе активно исследуются вопросы адаптации туристской деятельности природных охраняемых территорий к вызовам современности в рамках концепции устойчивого развития (Eddyono, F. et. al., 2021; Choi, Y. et. al., 2017; Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007; Font X., McCabe S., 2017 и др). Устойчивый туризм в этих работах рассматривается как явление, при котором деятельность, осуществляемая туристами, не приводит к потерям или необратимым изменениям

в природной среде, в то же время принося пользу самим туристам, местным сообществам, а также лицам и учреждениям, предоставляющим туристские услуги. Несомненный интерес представляет работа Widawski, K. & Oleśniewicz, P. (2019), которая содержит результаты изучения устойчивого характера конкретной тематической туристской тропы ее элементов.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материал данной статьи основан на анализе экспертных мнений, изучении, обобщении и систематизации взаимообогащающих и дополняющих друг друга научных и практических исследований экосистем природных территорий в условиях трансформации потребительских установок и вызовов, требующих долгосрочной устойчивости. Комплексный подход, использованный в исследовании, позволяет представить туристскую тропу как сложное системное образование, в планировании элементов которой определяющую роль имеет, с одной стороны, степень развития туристских функций, с другой стороны, степень соответствия продукта принципам устойчивого развития.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Потенциал российского экологического туризма велик — в стране насчитывается свыше 13 тыс. ООПТ, охватывающих почти 13% ее площади. В рамках федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» планируется к 2024-му году увеличить ежегодную численность посетителей особо охраняемых природных территорий (ООПТ) с 3,5 млн до 7,9 млн человек. А Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 года ставит задачу увеличить этот показатель до 16 млн человек и охватить моделью экологического туризма не менее половины всех национальных парков страны к 2035-му году (Strategiya, 2019). Для достижения этих целей необходимо решить множество задач, в числе которых — развитие инфраструктуры, совершенствование законодательства, разработка и внедрение новых продуктов,

услуг и концепций, причем с высокой скоростью, чтобы обеспечить их соответствие новым запросам клиентов. Изменение спроса под влиянием внешних факторов требует от управления ООПТ быстрой адаптации к преобладающим тенденциям, целям, обстоятельствам и условиям, чтобы оставаться устойчивыми в долгосрочной перспективе. Устойчивость и экологичность признаются качественными характеристиками и конкурентным преимуществом турпродукта.

Управление природными территориями требует соответствия индикаторам устойчивого развития туризма, важнейшими из которых являются сохранение природной среды, ответственная деятельность в производстве турпродукта; взаимодействие с местными сообществами и сохранение культурных ценностей; маркетинг экотуризма и туристская безопасность (WTO, 2004). Устойчивый туризм как способ повышения преимуществ туристских ресурсов для местных сообществ при сохранении культурной целостности и экологического благополучия дестинации является единственно приемлемым условием развития туризма в перспективе, а также становится еще социально приемлемым. Это требует переоценки существующих управленческих практик для обеспечения эффективного диалога всех заинтересованных сторон по вопросам развития устойчивого туризма. Нормативно-правовое регулирование экологического туризма должно учитывать такие основополагающие принципы как правовую определенность, целесообразность и справедливость. Инновационное управление экотуристскими территориями будет более эффективным, если оно получит достаточную правовую определенность, обеспечит его полезность. Чем выше настройки нормы, тем более жесткой и обязательной будет их реализация (Eddyono, F. et. al., 2021).

Развитие устойчивого туризма на природных территориях следует рассматривать с позиций системного подхода. Система туризма относится к функциональной структуре, включающей компоненты спроса и предложения, которые влияют друг на друга. Система экологического

туризма — это тип туристской системы, которая формирует сложные взаимоотношения между факторами, влияющими на природную и культурную среду в пределах экотуристской дестинации. Природные, культурные и социально-экономические ресурсы рассматриваются как неотъемлемые компоненты системы, устойчивость которых во многом зависит от их качества. Изменения в одном компоненте системы влияют на другие компоненты, постоянно трансформируя саму систему. Преимущество использования системного подхода к планированию туризма заключается в том, что он позволяет последовательно определять, анализировать, планировать и управлять всеми элементами с учетом внутренней динамики системы. Важными факторами в устойчивом управлении системами экотуризма, являются (1) сторона спроса — уровень спроса на туристские объекты, определяемый чувством ответственности туристов по отношению к природе и их намерением справляться с неудобствами в природной среде; и (2) сторона предложения, или процесс организации управления под руководством менеджеров и операторов (Choi, Y. et. al., 2017).

По мере того, как растет число экотуристов, увеличивается и потребность в инфраструктурном обеспечении природных территорий также возрастает. Плохое планирование экотуризма и сооружение неподходящей инфраструктуры может привести к деградации природы, если краткосрочные экономические интересы ставятся выше всего остального, игнорируя потребности местного населения. Стратегия развития устойчивого туризма на природных территориях состоит в управлении процессом посещения таким образом, чтобы минимизировать негативные экологические воздействия еще до того, как они произойдут. Как показывает исследование, чувство ответственности экотуристов формируется в низко-инфраструктурных типах экотурских систем. Это объясняется тем, что низко-инфраструктурный экотуризм, независимо от того, имеет ли он управление, инициированное резидентами или правительством, предоставляет возможности для форми-

рования чувства ответственности у туристов путем предоставления действенных образовательных и интерпретационных программ, разрабатываемых на основе специфики природных и культурных ресурсов, вместо расширения туристской инфраструктуры (Choi, Y. et. al., 2017).

В традиционном понимании туристские тропы предстают как маршруты движения туристов и рекреантов. В национальном стандарте Российской Федерации ГОСТ Р 56642-2021 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования», утвержденном 29 декабря 2021 г. с датой введения в действие 30 июня 2022 г., экологические туристские тропы определяются как «обустроенные и особо охраняемые экотуристские маршруты, создаваемые с целью экологического просвещения населения через установленные по маршруту знаки туристской навигации, например, информационные стенды». Экотуристские тропы являются важнейшим элементом инфраструктуры. Их организация предполагает трассирование путей для передвижения посетителей особо охраняемых природных территорий между основными пунктами на территории: входами и объектами показа. Прокладка экотуристских троп призвана обеспечить наиболее комфортный и кратчайший путь между объектами показа, а с другой — сделать возможными продолжительные прогулки по ООПТ (Rukovodstvo, 2019). Экологические тропы строятся по общему принципу — показать на маршруте как можно больше природных объектов, ландшафтов, как уникальных, так и типичных для той или иной территории. Важная и самая сложная задача для ООПТ — совместить задачу сохранения природы с инфраструктурой приёма гостей, размещения, с определением допустимой нагрузки на экосистемы.

Под «устойчивой тропой» понимается немоторизованный путь, последовательно соединяющий места расположения достопримечательностей или сервисных объектов, которые планируются с учетом использования природных, культурных и экономических ресурсов устойчивым образом. Устойчивые экотропы отвечают следующим критериям устойчивости:

способствуют достижению целей развития охраняемой территории; позволяют посетителям реализовать желаемые и ожидаемые впечатления; обеспечение рационального использования ресурсов (т.е. минимально приемлемые условия для использования ресурсов); схема маршрута должна ограничивать негативное воздействие на ресурсы (Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007).

Между устойчиво управляемым туризмом и охраной природы существуют взаимные выгоды, поскольку туризм может внести значительный вклад в сохранение биоразнообразия, которое является важным активом природного туризма. Поддержание устойчивого использования ресурсов обеспечивает экологический опыт туристов и получение экономических выгод. Как правило, ожидается, что развитие экотуризма сведет к минимуму негативное воздействие на окружающую среду, поскольку от ее качества зависит уровень предоставляемых услуг и степень удовлетворенности туриста. Экотуристские практики обычно организуются специализированными туроператорами для небольших групп с учетом норм пропускной способности экотроп и определенных методов работы с туристами. Определенные ЮНВТО индикаторы помогают оценить уровень достижения устойчивого развития туризма на природных территориях и помочь в установлении контроля над эффектами туризма (Eddyono, F. et. al., 2021).

Экологические тропы должны обеспечивать надежное и безопасное передвижение на природных территориях. Экотуристская деятельность часто проводится в отдаленных районах со сложными природными условиями, например, путешествия в дикую природу. Некоторые авторы называют обеспечение безопасности второй по важности функцией экотуризма, уступая только природоохранной (Eddyono, F. et. al., 2021).

Система туристских отношений есть одновременно и процесс, и результат взаимодействия личных выборов поведения, личных мотиваций и ограничений (Aleksandrova, A. YU., 2014). Туризм на ООПТ имеет много заинтересованных

сторон, каждая из которых имеет свои собственные ценности и задачи.

При планировании троп устойчивого туризма следует учитывать две взаимосвязанные группы критериев: «критерии пропускной способности» и «критерии возможностей для посетителей», причем каждая группа имеет свою собственную цель и собственный набор показателей и требований. Пропускная способность определяется максимальным количеством людей, которые могут одновременно посещать туристские объекты, не причиняя экологического, социокультурного, экономического ущерба и не допуская снижения качества удовлетворенности посетителей. Пропускная способность определяет тип, плотность и траектории развития туристских маршрутов, которые конкретная функциональная зона ООПТ может поддерживать на неопределенно долгий срок без деградации природных, культурных и экономических ресурсов сверх определенных пороговых значений.

Критерии возможностей для посетителя, которым должны удовлетворять устойчивые экологические тропы, определяются наличием и содержанием аттракций и услуг в условиях, которые позволяют туристам реализовать желаемый и ожидаемый опыт. Проектируемые экологические тропы должны удовлетворять потребностям посетителей, предоставляя им услуги и опыт, наиболее точно соответствующие их цели посещения (Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007). Следует регулярно анализировать поведение туристов, занимающихся экотуризмом, в том числе и на основе их цифровых следов, прогнозировать рыночные тенденции в целях повышения эффективности предложения дестинаций экотуризма.

Планирование структуры и функционирования устойчивой туристской инфраструктуры на природных территориях должна осуществляться с позиций посетителей. Данные о потенциальных целевых аудиториях, выявление их потребностей и приоритетов (включая их изменения) являются отправной точкой для планирования устойчивых маршрутов в целях управления конфликтами интересов. Информация о различных категориях

посетителей природных территорий является необходимой для планирования и проектирование сетей туристских троп в целях управления природным и культурным опытом туристов.

Методы сегментации посетителей — группировка посетителей на основе выявленных общих характеристик — уже доказали свою актуальность в планировании туристских направлений и управлении дестинациями. Проведенные социологические исследования выявили пять основных мотиваций, на основании которых клиенты выбирают туры в природу — познавательные и приключенческие: улучшение физической формы и здоровья; неформальное общение; новые впечатления и приключения; познание себя и природы; «бегство» от городской тесноты и стрессов. В последнее время на выбор места отдыха туристом все большее влияние оказывают этика, моральные ценности, забота об окружающей среде и ее экосистемах, включая защиту живой природы, а также желание оказать положительное влияние на местные сообщества. Люди, выбирающие ответственные путешествия на природные территории, прежде всего, мотивированы желанием воссоединиться с природой, черпать ее энергию.

В руководстве по проектированию объектов инфраструктуры на ООПТ, составленном Агентством стратегических инициатив, выделяется 5 основных типов троп, различающихся по категориям пользователей: экстремальная, походная, прогулочная, экскурсионная и общего пользования (Rukovodstvo, 2019).

Bas Boers и *Stuart Cottrell* предлагают выделять два сегмента посетителей охраняемых природных территорий, условно называя их «культура» и «природа», отличающиеся поведенческими моделями. Представители первого сегмента отдают предпочтение познанию природной среды посредством образовательных практик и приобретение реального опыта через погружение (Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007). «Движущей силой» является так называемый «туризм последней возможности», предоставляющий возможность увидеть редкие и находящиеся под угрозой

исчезновения природные достопримечательности.

Исследователи из Университета Гриффита в Квинсленде (Австралия) провели опрос среди посетителей национальных парков страны с целью измерения индекса личного благополучия (PWI), который учитывает семь критериев: уровень жизни, здоровье, достижения в жизни, отношения, безопасность, связи с сообществом и безопасность в будущем. Они пришли к выводу, что посещение национального парка повышает PWI людей в среднем на 2,2%, что позволяет говорить о существовании связи между посещением природных территорий и улучшением психического здоровья и благополучия (Fleming S., 2019). Природные территории представляют туристам время и пространство для саморефлексии. Психологи подчеркивают, что связи человека с природой коренятся в его эмоциональных реакциях на нее, а привязанность к чему-либо формируется на основе собственного реального опыта. Установлено, что фотографии с красивыми пейзажами могут лишь временно поднять настроение, лишь продолжительное общение с природой может восстановить психоэмоциональное состояние людей и предоставить им возможности для внутренней трансформации. Самая глубокая и сильная привязанность между человеком и природой порождает «духовный» опыт, в котором люди ощущают себя частью более широкой реальности, что придает смысл их собственной жизни (Curtin S., Kragh G., 2014). С учетом того, что туристы стали путешествовать с целью поиска опыта с более глубоким эмоциональным откликом и смыслом, существует необходимость в концептуальных программах, позволяющим природным территориям осознать себя в качестве агентов трансформации.

Сегмент целевой аудитории, именуемый «культура», ориентирован на посещение местных сообществ, культурных памятников и получение культурного опыта. Запрос на новый культурный опыт, а именно, приобретение новых навыков, аутентичный опыт общения с местными жителями, волонтерство как часть путешествия, как нельзя лучше

соответствует критериям Глобального совета по устойчивому туризму (GSTC), разработанным в целях обеспечения общего понимания устойчивого туризма [Kriterii, 2019). Активное и ответственное взаимодействие туристов с местными жителями, погружение их в культурную среду и процесс сотворчества направлено на формирование качественно нового туристского опыта, способствует повышению уровня интерпретации «другой» культуры и сохранению культурного наследия, что является неотъемлемым условием развития культурной устойчивости туристской территории. Приобретенный опыт помогает туристу установить с природой и культурой «личное» отношение и формировать устойчивые связи. (Melo, C. et. al, 2021; King, H. et. al., 2020).

Экологические тропы предлагают набор базовых туристских услуг на основе имеющейся на маршруте инфраструктуры. В зарубежной литературе предлагается модель функционирования устойчивой туристской тропы с указанием ее существенных элементов (Widawski, K. & Oleśniewicz, P., 2019). Главным элементом определяется *продукт* как всеобъемлющая идея, которая определяет успех и пути развития туризма. Предложены характеристики тропы, наличие которых позволяет назвать продукт устойчивым. Он должен быть произведен с использованием методов, характерных для региона происхождения, и основан на местных традициях, что обеспечивает его аутентичность, востребованную у потребителей. Местное сообщество, непосредственно участвуя в производстве турпродукта, обеспечивает экономические выгоды, а также стимулирует инициативы по сохранению ресурсов. Таким образом, локальность и аутентичность турпродукта повышает его устойчивость.

Важным условием реализации туристских функций является наличие у туристского продукта экологического сертификата, выданного специализированным учреждением. Соответствующий сертификат повышает степень экологичности туристской тропы и ее элементов в представлении целевой аудитории. Как показывают социологические ис-

следования, респонденты отмечают дефицит информации о соответствии предлагаемых услуг критериям устойчивого развития туризма, а также отсутствие заслуживающей доверия сертификации устойчивости туристских услуг, что, в свою очередь, являются существенными препятствиями для совершения ответственных путешествий (Sustainable Travel Report, 2021). 72% путешественников по всему миру говорят, что они не знали о существовании экомаркировки для жилья для отдыха; 70% из них заявляют, что с большей вероятностью забронируют жилье, зная, что оно экологически чистое; 62% предпочли бы средство размещения, если бы знали, что оно имеет экомаркировку; и 37% заявляют, что международный стандарт для определения экологичного жилья поможет им путешествовать более рационально [Sustainable Travel Report, 2019]. Можно утверждать, устойчивые услуги в сфере туризма станут более заметными для потребителей, если они будут сертифицированными. Количество сертификатов также имеет значение. Иногда один элемент тропы имеет более одного сертификата, что повышает уровень доверия к тропе и месту в целом.

«Чувство долга заботиться об окружающей среде», «чувство обязанности практиковать экологически безопасные виды деятельности», «чувство обязанности покупать экологически чистые продукты», «чувство долга поддерживать экологически безопасные новации» определяются важными внутренними характеристиками человека, которые могут мотивировать его к выполнению ряда действий, направленных на защиту окружающей среды и поддержание ее устойчивости. Всё большее количество туристов используют в путешествии экологически чистые виды транспорта, экологичные средства размещения, покупают перерабатываемые и органические продукты питания (Bashir, S. et. al, 2021). С учетом того, что устойчивость стала охватывать все составляющие туристского опыта, важным критерием продукта, предлагаемого туристской тропой, является уровень развития туристских функций. Возможная продолжительность потребления продукта зависит

от наличия, содержания и качества предложения дополнительных услуг, включая посещение специализированных музеев, мастер-классов, экскурсий с гидом и без него и т.д. Можно ожидать, эти показатели достигают максимальных значений, если туристское предложение включает в себя услуги размещения и питания (Sustainable Travel Report, 2019).

Устойчивая туристская тропа должна быть представлена эффективно организованным и целостным туристским продуктом, что зависит от степени выполнения туристских функций элементами тропы и доступности каждого объекта тропы для туристов. Участие местных властей является важным фактором, стабилизирующим работу тропы и имеющим большое значение для ее устойчивости. Участие местных инициативных групп не менее важно, чем участие властей, поскольку они наиболее полно выражают интересы местного сообщества, проявляя заботу об устойчивой деятельности.

Важную роль в достижении устойчивого развития экологической тропы как элемента природной территории играет маркетинг, который является интегрирующим средством для всех факторов повышения устойчивости путем понимания потребностей рынка, формирования социально-экологически устойчивого спроса, разработки экологически сбалансированных продуктов, продвижения лучших туристских предложений и выявления более эффективных способов общения на почве изменения поведения всех участников деятельности региона (Dagman S., 2019). Маркетинговые усилия должны быть направлены на выявление целевых сегментов потребительского рынка, имеющих ценности, убеждение и поведенческие намерения в достижении устойчивого развития, а также на поиск убедительной мотивации покупать продукты, признанные устойчивыми именно из-за своих специфических характеристик. Важно использовать концепты «экологичности» или «устойчивости» в продвижении в реальном или виртуальном пространстве при информировании о продукте экологической тропы. Наличие релевантной информации об устойчивых

предложениях существенно для принятия решения. Сообщения должны содержать достоверные, полезные и воспринимаемые сведения, достаточные для принятия решений о поездке и оказывающие влияние на покупательское поведение. Целевые сегменты аудитории с большей вероятностью положительно отреагируют на сообщения о практиках устойчивого развития, преимущества которых они могут испытать на себе (Xavier Font & Scott McCabe, 2017).

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие устойчивости процессов на сегодняшний день выдвигается в качестве одной из важнейших проблем в практике управления туризмом. Исследование показывает, что под влиянием факторов внешней среды туристы стали больше ценить качество окружающей среды, имеют желание действовать ответственно и выступают за повышение экологичности путешествий. Это позволяет говорить о необходимости создания приемлемых условий для реализации концепции устойчивого туризма на природных территориях, что предполагает изменение бизнес-модели туристских территорий и поведенческих паттернов потребителей туристских услуг.

В последние годы российская сфера туризма демонстрирует большие возможности для развития экотуризма. ООПТ создают новые и модернизируют существующие музеи, визит-центры, разрабатывают туристские маршруты, обустроивают экологические тропы, смотровые площадки, создаются объекты для размещения посетителей и т.д. Однако часто они по-прежнему продолжают практиковать традиционные формы работы с посетителями, преимущественно, просветительские мероприятия экскурсионной направленности. Для формирования удовлетворенности и лояльности аудитории требуется предложение более эффективных способов взаимодействия посетителей и природных территорий. Для достижения устойчивости ООПТ должны предлагать продукты с акцентом на особых свойствах получаемого туристом опыта, таких как осознанность,

аутентичность, индивидуальность, интерактивность, эффективность, что помогает решить проблему сезонности и создать устойчивый и стабильный спрос.

По оценкам Ростуризма, доля экотуризма составляет не более 2% от всего российского туристского рынка, однако привлекательность природных территорий как объектов туризма возрастает, что требует от них переоценки существующих управленческих практик для обеспечения эффективного диалога всех заинтересованных сторон по вопросам развития устойчивого туризма.

Экологическая тропа, как один из важнейших элементов экосистемы ООПТ, должна укладываться в вышеизложенные постулаты, способствуя реализации идеи устойчивого туризма, когда деятельность, осуществляемая туристами, не приводит к потерям или необратимым изменениям в природной среде, в то же время принося пользу туристам, местным сообществам, а также лицам и предприятиям, предоставляющим туристские услуги. Устойчивые экологические тропы создаются из следующих целей: рассредоточить посетителей и доходы от туризма; вовлечение менее известных достопримечательностей в производство туристского продукта; повысить общую привлекательность дестинации; увеличить прибытия и расходы туристов; увеличить количество новых и возвратных туристов; повысить устойчивость туристского продукта; снижение сезонности прибытий; поддержание и улучшение благосостояния местных сообществ.

Важным этапом планирования устойчивой туристской тропы является создание туристского продукта на основе предлагаемой ценности. Продукт — ценность, которая является основой создания туристского маршрута — всегда является ключевым элементом тропы. Он должен быть хорошо продуман. Продукт должен представлять регион с одной стороны, и соответствовать принципам устойчивого развития туризма — с другой. Следует учитывать потребности туристов с акцентом на индивидуальный, а не массовый характер предложения. Аутентичность продукта, высокое качество элементов

тропы, подтвержденные сертификатами, и способы их туристского использования являются одинаково значимыми с точки зрения устойчивого развития туризма. Туристская инфраструктура, обеспечивающая доступность природных и социокультурных ресурсов, и правильно организованная интерпретация ценности тропы имеют большое значение для ее устойчивого функционирования.

Задача экологической тропы — не только показать достопримечательности, но и донести до путешественника тему единства окружающего мира, взаимосвязанности всех его элементов, подчеркивая ответственность человека за его сохранность. Необходимым является

поиск баланса между потребностями туристского рынка и реализацией предлагаемой ценности устойчивого турпродукта. Развитие устойчивого туризма не требует от туристов принести в жертву высокое качество услуг и желаемый опыт. Напротив, экологичность всё чаще рассматривается качественной характеристикой и конкурентным преимуществом турпродукта. Устойчивость стала охватывать все составляющие туристского опыта. Природные территории должны взять на себя ответственность за продвижение продуктов и услуг с более устойчивыми характеристиками, основываясь на лучшем понимании потребностей посетителей и правильном выборе формы коммуникации.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Aleksandrova, A. YU. (2014). Novejshee predstavlenie o sfere turizma kak sisteme. [The latest understanding of tourism as a system]. *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 2014, № 1, 24–38.
2. Barratt B. (2019). Trend report: Eco tourism in 2019. Euronews. 2019, March 1. [Online] Available: <https://www.euronews.com/green/2019/01/08/trend-report-eco-tourism-in-2019> (February 25, 2022)
3. Bas Boers & Stuart Cottrell. (2007). Sustainable Tourism Infrastructure Planning: A GIS-Supported Approach, *Tourism Geographies*, 9:1, 1-21. [Online] Available: DOI: 10.1080/14616680601092824 (March 7, 2022)
4. Bashir, S., Khwaja, M. G. & Mahmood, A. (2021). Mores of the customer base for ecotourism industry: Development and validation of a new measurement scale. *PLoS One*. 2021; 16(2): e0246410. Published online 2021 Feb 18. doi: 10.1371/journal.pone.0246410 [Online] Available: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7891728/> (February 25, 2022)
5. Choi, Y., Doh, M., Park, S., & Chon, J. (2017). Transformation planning of Eco-tourism Systems to Invigorate Responsible Tourism. *Sustainability*, 9(12), 2248. [Online] Available: <https://doi.org/10.3390/su9122248> (March 7, 2022)
6. Curtin S., Kragh G. (2014). Wildlife Tourism: Reconnecting People with Nature. *Human Dimensions of Wildlife*. 2014, Vol. 19, Issue 6, 545-554. [Online] Available: <https://doi.org/10.1080/10871209.2014.921957> (February 25, 2022)
7. Dagman S. (2019). Konceptual'nye podhody k ustojchivomu turizmu na osnove ispol'zovaniya integral'nyh metodov marketinga. [Conceptual approaches to sustainable tourism based on the use of integrated marketing methods]. *Ekonomicheskie otnosheniya*. 2019, Tom 9, № 4, 3115-3128. [Online] Available: DOI:10.183 3 4 /eo.9.4.41297. (March 7, 2022)
8. Eddyono, F., Darusman, D., Sumarwan, U. and Sunarminto, F. (2021). Optimization model: the innovation and future of e-ecotourism for sustainability. *Journal of Tourism Futures*, 18 November 2021. [Online] Available: <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2021-0067> (March 5, 2022)
9. Fleming S. (2019). This is the economic and health value of national parks. *World Economic Forum*. 22 Nov 2019. [Online] Available: <https://www.weforum.org/agenda/2019/11/national-parks-mental-health-wellbeing/> (February 25, 2022)
10. Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook. (2004). World Tourism Organization. Madrid: the Organization, 2004. 507 p. [Online] Available: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407262> (February 25, 2022)

11. King H., García-Rosell J.-C., Noakes S. (2020) Promoting children-nature relations through play-based learning in ecotourism sites. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*. Vol. 20, Issue 3. 190-201. [Online] Available: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15313220.2020.1797612> DOI: 10.1080/15313220.2020.1797612 (February 25, 2022)
12. Kriterii dlya destinacij. Versiya 2.0. (2019). [Destination Criteria v2.0]. Global'nyj sovet po ustojchivomu turizmu. [Online] Available: <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-RUSSIAN.pdf> (March 7, 2022)
13. Melo, C., Richards, G. and Smith, M.K. (2021) Transformational Tourism Experiences: A new communication path for destinations and service providers. In Dinis, M.G., Bonixe, L., Lamy, S. & Breda, Z. (eds) *Impact of New Media in Tourism*, Hershey, PA: IGI Global, 210-233. [Online] Available: DOI: 10.4018/978-1-7998-7095-1.ch013 (March 7, 2022)
14. Paul F. J. Eagles, Stephen F. McCool and Christopher D. Haynes. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management*. Best Practice Protected Area Guidelines Series No.8. Prepared for the United Nations Environment Programme, World Tourism Organization and IUCN — The World Conservation Union. Ed. By A. Phillips. [Online] Available: <https://www.wildnet.ru/images/stories/bibl/UstoichiviyTurizm2.pdf> (March 7, 2022)
15. Resolution of the 4th International conference “Sustainable Tourism: Global Challenges and Russian Perspective”. Sochi, Rosa Khutor, October, 2021. [Online] Available: <https://eco-russia.org/resolution/> (March 7, 2022)
16. Rukovodstvo_po_funktionalnoy_organizatsii_OOPT. (2019). [Guidelines for functional organization PAS]. Agentstvo strategicheskikh iniciativ po prodvizheniyu novyh proektov. [Online] Available: https://bp.irklub.ru/wp-content/uploads/2020/06/3_Rukovodstvo_po_funktionalnoy_organizatsii_OOPT.pdf (March 7, 2022)
17. Strategiya (2019). *Strategiya razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda*. [Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2035.] Pravitel'stvo Rossijskoj Federacii. Rasporyazhenie ot 20 sentyabrya 2019 g. № 2129-r. Moskva. [Online] Available: <http://static.government.ru/media/files/FjJ-74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf>. (December 25, 2021).
18. Sustainable Travel Report. (2019). Booking.com 2019. Global Travelers prefer eco-friendly accommodation. — Global Sustainable Tourism Council (GSTC). April 25th, 2019. [Online] Available: <https://www.gstcouncil.org/booking-com-sustainable-travel-report-2019/> (March 7, 2022)
19. Sustainable Travel Report. (2021). Booking.com's 2021. Sustainable Travel Report Affirms Potential Watershed Moment for Industry and Consumers. [Online] Available: [file:///C:/Users/asus/Downloads/booking.comsustainabletravelreport2021%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/booking.comsustainabletravelreport2021%20(1).pdf). (March 7, 2022)
20. TASS. (2019). Rosturizm: ekoturizm v strukture rynka RF zanimaet dolyu v pyat' raz men'she, chem v mire. [Rostourism: the share of ecotourism in the structure of the Russian market is five times less than in the world]. PMEF-20196 IYUN 2019. [Online] Available: <https://tass.ru/obschestvo/6518680> (March 7, 2022)
21. UNWTO (2005). UNWTO: Reference: Making Tourism More Sustainable — A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005, 11-12. [Online] Available: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (February 25, 2022)
22. Widawski, K. & Oleśniewicz, P. (2019). Thematic Tourist Trails: Sustainability Assessment Methodology. the case of land flowing with milk and honey. — *Sustainability*, 11(14), 3841. [Online] Available: <https://doi.org/10.3390/su11143841> (March 7, 2022)
23. Xavier Font & Scott McCabe. (2017). Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. — *Journal of Sustainable Tourism*, 25:7, 869-883. [Online] Available: DOI: 10.1080/09669582.2017.1301721 (March 7, 2022)