

УДК 379.851

***Жестков А.О., Чуликов Д.Ю.***

Научный руководитель – к.э.н., доцент Михина И.С.

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Россия,  
г. Владивосток*

### **Проблемы привлекательности туристских услуг особо охраняемых территорий на примере ФГБУ Земля Леопарда**

***Аннотация.*** Данная статья посвящена основным проблемам привлекательности экологического туризма в России. ФГБУ Земля Леопарда является положительным примером для особо охраняемых территорий Приморского края.

***Ключевые слова:*** экологический туризм, особо охраняемые природные территории, продвижение.

Привлекательность экологических объектов у населения зависит от большого количества факторов, например, их оснащённость или узнаваемость. На сегодняшний день государство активно способствует развитию особо охраняемых природных территорий и эко-туризма в частности. Тем не менее, перед лицом экологического туризма существует проблема, связанная с продвижением экологических объектов на туристском рынке.

Приморье с его невероятным рельефом, климатом и флорой обладает большим потенциалом для того, чтобы экологический туризм в крае развивался. Площадь всех особо охраняемых природных территорий составляет около 14% от всей территории края. В Приморском крае сконцентрированы уникальные природные богатства, что, несомненно, увеличивает его туристскую привлекательность [1. с. 67-71]. Природные ресурсы Приморского края по видам туризма представлены в таблице.

Таблица – Природные ресурсы Приморского края

Вид туризма	Вид ресурса	Количество ресурсов
Экологический	Заповедники	6
	Памятники природы	214
	Заказники	13
	Национальные парки	4
Лечебно-оздоровительный	Реки	99
	Озера	3000
	Водопады	10
	Пещеры	17
	Горы	20
	Хребты	4
	Острова	37

Составлено автором

Из таблицы можно заметить, что Приморский край имеет значительными рекреационными ресурсами. В первую очередь это экзотичные природные комплексы, на базе которых возможно развитие маршрутного туризма.

Тем не менее в Приморском крае экологический туризм не получает достаточной развитости. Главными препятствиями развития рынка экологического туризма в Приморском крае является слабо развитая инфраструктура и неэффективность классических способов продвижения. [2. с. 164-168].

Для эффективности продвижения необходимо выполнить следующий ряд задач:

– Рассмотреть виды особо охраняемых природных территорий и определить их особенности – особо охраняемые природные территории в России в зависимости от их административной принадлежности могут разделяться на 3 группы: федерального, регионального и местного значения. Их особенностью является разделение по источникам финансирования и принадлежности той или иной административной единицы. Сами же экологические объекты в свою очередь подразделяются на государственные

природные заповедники, национальные парки, природные парки, государственные природные заказники, памятники природы, дендрологические парки и ботанические сады, лечебно-оздоровительные местности и курорты. Особенностью такого деления является статус и пропускной режим.

– Произвести оценку конкурентного рынка особо охраняемых природных территорий. К примеру, в Приморском крае было выделено 23 конкурентных организаций экологического туризма, из которых 3 имеют статус национального парка.

– Произвести маркетинговый анализ – на пример в ФГБУ Земля Леопарда, расположенного в Приморском крае, сотрудники «Земли Леопарда» активно используют различные ресурсы сети «Интернет», в особенности социальные сети.

– Разработать стратегию продвижения особо охраняемых природных территорий – основными способами продвижения «Земли Леопарда» стали: создание дизайнерского образа вокруг бренда, использование рекламы на сайте ближайшего города, а так же в СМИ, активное продвижение в социальных сетях, участие в различных экологических мероприятиях, создание уникальных услуг. Так же для успеха необходимо использование комплекса методов продвижения [3. с. 93-102][4. с. 156].

Как вывод, хоть и экологический туризм в Приморском крае имеет довольно большие возможности, значительной популярности он не получает, а ввиду слабой развитости сетей экологических объектов он также не является прибыльным для казны края. На данный момент основным источником финансирования природных парков являются государство на различных административных уровнях.

Главными препятствиями развития рынка экологического туризма в Приморском крае является слабо развитая инфраструктура и неэффективность классических способов продвижения. [5. с. 100-105].

## Список использованных источников

1. Жохова В.В. Перспективы развития экологического туризма приморского края / В.В. Жохова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований – 2016. – № 11-1. – С. 67-71.
2. Экологический туризм: проблемы развития в России // Российское предпринимательство. – 2010. – № 8. – Вып. 3 (95). – С. 164-168.
3. Бабурин В. А. Инновационный маркетинг и рекламная деятельность в сфере сервиса / В.А. Бабурин // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2016. – № 17. – С. 93-102.
4. Пикулева О.А. Маркетинг и брендинг территорий: теоретические и прикладные аспекты / О.А. Пикулева. – Саар-брюккен: LAP, 2015. – 156 с.
5. Лапочкина В. В., Косарева Н. В., Адашова Т. А. Экологический туризм в России: тенденции развития. // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 5. – Часть 1. – С. 100-105.

© Жестков А. О., 2020

Чуликов Д. Ю., 2020