

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПОПУЛЯЦИИ КОПЫТНЫХ РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ

Ю.Н.Калинкин

Алтайский заповедник, Горно-Алтайск, kalinkin72@mail.ru

Алтай становится популярным местом отдыха жителей нашей страны и гостей из-за рубежа. В 2011 году число посетивших республику туристов уже превысило миллион, а до конца года ожидается до 1,4 млн. чел. (рис.). Это почти в 7 раз выше численности местного населения, составляющей около 207000 человек (данные Министерства туризма и предпринимательства респ. Алтай, 2011 г.). Естественно, такой рост плотности населения не может не сказаться на природных комплексах Алтая. В данной статье дано краткое рассмотрение влияния туризма на популяции диких копытных республики, определены точки их соприкосновения и взаимодействия.

Экскурсии - самый распространенный вид отдыха гостей республики. Встречи с дикими животными происходят во время посещения исторических или природных объектов, удаленных от населенных пунктов. При регулярном появлении туристов копытные животные избегают подобных контактов, уходя из этих мест, или приходят в нехарактерное для отдыхающих время, при защитных погодных условиях (туман, осадки). Так, при посещении водопада Учар на реке Чульча туристические группы проходят около солонцов, регулярно посещаемых сибирским горным козлом, но видят этих животных, как правило, первые группы или группы, ночующие у водопада. Это можно объяснить и временем естественной активности самих козлерогов. При интенсивном потоке туристических групп козлы посещают солонцы в ранние утренние часы или временно уходят из этих мест. В условиях без вмешательства людей пребывание зверей у солонцов отмечалось и в дневное время. В Алтайском заповеднике ежегодно проводятся наблюдения и учет марала на южных склонах в весенний период. Пик активности приходится на конец апреля - начало мая, когда склоны начинают покрываться зеленью. Этот период зачастую совпадает с полным таянием льда на Телецком озере, примыкающем к горному склону. Во время учетов зверей замечено, что после первого же дня езды лодок с туристами кормовая активность маралов

смещается по времени и пространственно. Животные начинают выходить на кормёжку в сумерках около 20.40 и выше по склону на 150-200 м по вертикали. Прибрежные солонцы посещаются только в сумеречное или ночное время. В туман или дождливую погоду жировки с выходом на берег наблюдались и в дневное время.

Подобная реакция животных на антропогенное воздействие общеизвестна, известны и меры предупреждения их – ограничение или полное прекращение посещаемости ключевых мест в определенное время года. Но реально возможно это только в пределах ООПТ, на остальной территории звери используют труднодоступные для людей места. Казалось бы, таких мест на Алтае еще много, но, судя по графику роста посещаемости республики туристами, появляются сомнения – надолго ли продлится их недоступность. А пока большинство туристов наблюдают хотя и живописные, но бедные дикой жизнью пространства.



Рис. Развитие туризма в республике Алтай за 20 лет

Охотничий туризм. Излюбленные объекты охоты из копытных, за которыми приезжают со всей России и из других стран, - это сибирский горный козел и марал. Серьезного влияния на численность подобные охоты не оказывают, зато способствуют развитию охотничьей инфраструктуры, внедрению биотехнических мероприятий, росту дохода работников охотничьей сферы. Все это в итоге способствует росту численности объектов охоты (Мельников В.В., 2003).

Пока в республике подобные охоты организуют 5 хозяйств с общей площадью 1672052 га и 5 обществ охотников, с площадью угодий 928009 га. В аренде всего 28,5% территории охотничьих угодий республики.

Примерные условия охотничьих туров в охотхозяйстве «Урсул» Онгудайского района (электронный ресурс охотхозяйства):

Продолжительность - 10-12 дней. Проживание в охотничьих избушках или палатке в зависимости от вида охоты. Передвижение на автомобиле или лошадях. Подготовка трофея к экспортированию, оформление ветеринарного свидетельства на вывоз трофея.

Расценки (руб):

козуля - до 10 000;

кабан - до 30 000;

козлерог - до 40 000 в зависимости от величины (длины/массы рогов) трофея;

марал - 50000-60000 руб.

Судя по интернет-отчетам о подобных охотах, там не всё гладко, особенно по условиям комфортабельного проживания и передвижения, но эмоции преобладают положительные, и охотники трофеем довольны.

Получил распространение и «дикий» охотничий туризм с гидами из местных жителей в труднодоступных или заповедных местах. Из данных интернета известны случаи заброски охотников на вертолетах со снегоходами. Цель таких туристов – вольная охота, а добываться при этом, предположительно, могут любые виды. Подобные «охоты» нарушают структуру ядра популяций в местах, где животные привыкли переживать трудный период и спасаться от опасности. Охотники же, нанося ущерб животному миру, не дают никакой пользы для развития охотничьих хозяйств региона.

Как и в целом по стране, на Алтае появилась тенденция создания вольерных охотничьих хозяйств, только здесь для них есть практически сложившаяся база – мараловодческие хозяйства. Это видится достаточно перспективным, особенно на фоне снижения спроса на панты на внешнем рынке (Собанский, Фролов, 2011). Несмотря на отрицательное отношение к охоте в вольерах отечественных и зарубежных охотников (Матвейчук, 2009), роль таких дичеферм в сохранении дикого марала и других видов животных велика. «Консервная» охота отвлекает часть охотников от природных популяций.

В целом охотничий туризм в республике имеет большие экономические перспективы, а вот степень его влияния на диких копытных зависит от направления его развития. Официальная охота для туристов находится пока на зачаточном уровне, скорее всего она будет стремиться к общемировым стандартам (трофейная селекция, комфортабельность, развитие инфраструктуры). И тогда в будущем мы увидим настоящие трофейные хозяйства Алтая с высокой плотностью копытных, но, к сожалению, сейчас процветает нелегальный охотничий туризм, со всеми своими последствиями и реальными преград для него пока нет.

Покупка продукции полученной от охоты на копытных. На придорожных и поселковых рынках, через

интернет-магазины предлагается множество продукции, полученной от добытых копытных животных. Наиболее популярна продукция, полученная от марала, особенно - пантокрин, пантогематоген, рога, реже медальоны из головы. Практически всё это поставляют мараловодческие хозяйства. В республике содержится 54 тысячи маралов, от которых получают около 40 тонн консервированных пантов в год. Кроме того предлагаются: рога и медальоны из головы сибирского горного козла; клыки, медальоны из головы, поделки из копытцев кабарги; рога и медальоны из головы сибирской косули; клыки и медальоны из головы кабана. Чучела продаются редко из-за малого числа мастеров таксидермистов в республике. Пользуется популярностью мясо любых диких копытных.

Если учесть, что в селах Алтая большинство трудоспособного населения - безработные или работают временно, логично предполагать, что наличие такого спроса способствует развитию браконьерства, особенно вблизи от поселков, трасс, где можно быстро доставить продукцию и реализовать, не испортив её. Причем происходит это часто в летний период, когда больше туристов. Чаще всего добываются марал и косуля. По статистическим данным, средняя начисленная заработная плата в республике Алтай на январь 2011 года составила 14587 рублей. В случае добычи марала охотник получит за мясо 8-10 тыс. рублей, если же это был самец с пантами, то, соответственно, полученная сумма увеличивается на их стоимость (1 кг консервированных пантов стоит в среднем 5-7 тысяч рублей). Технология консервирования пантов сложная и не всем доступная, поэтому местные жители чаще просто спиртуют их. Один литр настойки стоит около 4 тыс. рублей. В итоге за 1 марала можно выручить около 1-2 средних зарплат или более. Марала добыть сложно, а вот кабаргу в петли проще (этим занимаются даже подростки). Одна кабарга будет стоить, в среднем 1,5 зарплаты:– 4 копытца в виде поделок – около 1000 рублей; если самец, то 2 клыка – 400 рублей, мускус (1 железа) 12 -20 тысяч рублей сухая, спиртованная (1x10) - 1000 рублей за 10 мл (интернет-магазин, 2011). Как видно из этого примера, наличие спроса на продукцию охоты является хорошим стимулом для браконьерства.

В этом сообщении мы указали только те точки соприкосновения массового туризма с дикими копытными Алтая, которые влияют наиболее очевидно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Министерство туризма и предпринимательства республики Алтай [Электронный ресурс] <http://mintur.altai-republic.ru/>
- Мельников В. В. Современное состояние и проблемы развития охотничьего туризма : автореф. дис. ... канд. биол. наук. Киров, 2003. 24 с.
- Охотхозяйство "Урсул" [Электронный ресурс] <http://mikrob.ru/blog.php?u=8298&b=110>
- Собанский Г. Г., Фролов Н. К вопросу о перспективах развития охотничьего фермерства на Алтае [Электронный ресурс] <http://www.listock.ru/production-pantov-or-safari>
- Матвейчук С. Российские слоноворцы у руля охотничьего хозяйства [Электронный ресурс] <http://www.stfond.ru/articles.htm?id=680>
- Интернет-магазин [Электронный ресурс] <http://www.altaysuvenir.ru/index.php?productID=1551>