

Кавыршина В.А.,
кандидат экономических наук,
Институт экономико-правовых
исследований НАН Украины,
старший научный сотрудник,
г. Донецк

Отличительные особенности рекреационной деятельности как одной из отраслей градообразования

Возникновение, функционирование, эволюция курортных (туристических) городов происходит за счет развития специализации рекреационного характера. В основе специализации лежит общественная потребность, относящаяся к разряду относительно новых, формирующихся. Несмотря на то, что курорты и места религиозного паломничества существуют с древних времен, потребность в отдыхе вне места проживания человека как массовое явление только формируется.

Развитие курортно-рекреационной деятельности как отрасли экономики было вызвано, с одной стороны, усилением темпов урбанизации с ее негативным влиянием на человека, и с другой, увеличением денежных доходов населения. Удовлетворив базовые потребности в материальных товарах, люди получили возможность больше тратить на услуги. Так, например, представители американского среднего класса в начале 20 века расходовали на оплату услуг не более 2-3% дохода, в конце 60-х – до 25%, в 90-х – около 40% дохода. В конце 60-х годов произошло качественное перерождение туристической и курортно-рекреационной деятельности: она обрела способность к обеспечению экономического роста регионов и даже стран. Как и в других отраслях экономики, развитие курортно-рекреационной деятельности лимитируется наличием материальных, финансовых, трудовых, информационных ресурсов. Но критическим фактором экономического роста является уровень спроса. Критическим он становится и для местности, специализирующейся на предоставлении курортно-рекреационных услуг. Так, если в обычных городах малые предприятия на 68-95% ориентированы на удовлетворение местных

потребностей, то в курортных основную массу продаж обеспечивают приезжие. Так, например, в Бердянске оборот некоторых исследованных предприятий торговли увеличивается в месяцы курортного сезона в 10 и более раз.

Однако потребность населения в отдыхе вне места проживания является неустойчивой, зависит от многих факторов. Это связано как с тем, что в массовом масштабе она появилась недавно, так и с тем, что уровень реальной заработной платы во многих странах подвержен колебаниям (в том числе в постсоветских). Для поддержания необходимого уровня потребности в рекреации территориальные общины курортных городов осознанно или неосознанно применяют стратегию «увязывания» этой потребности с другими. Эти действия напоминают маркетинговые стратегии торговых предприятий, основанные на расширении ассортимента неоднородных товаров, комбинированных продажах («два по цене одного»).

Потребности отдыхающих неоднородны, имеют множество нюансов, поэтому конкуренция среди производителей услуг, как правило, не приобретает острого характера. Для них более важным является поддержание общей плотности спроса. Поэтому в курортных городах создаются объективные предпосылки для успешного внедрения стратегий взаимодействия. Стратегии взаимодействия зачастую выходят за рамки отдельных поселений: создаются союзы курортных, туристических городов, религиозных центров для того, чтобы обеспечивать потребителям визуальное и духовное разнообразие.

Благодаря достижениям технического прогресса относительная значимость транспортных издержек для промышленных предприятий за несколько последних десятилетий существенно уменьшилась. Это повлекло за собой снижение значимости развития транспортных коммуникаций в промышленных городах. Для курортных и туристических городов роль транспортного обслуживания наоборот, повышается. С появлением сети поселений, специализирующихся на предоставлении рекреационных услуг, значение транспортных издержек и качества (полноты) обслуживания увеличивается. Транспорт в таких поселениях развивается более высокими темпами, чем в среднем по стране.

Пространственное развитие курортных городов определяется контурами территорий непосредственного рекреационного обслуживания. Транспорт также позволяет расширить ежедневную доступность этих территорий. Согласно исследованиям Доменика и МакФаддена средний потребитель готов затратить 3 минуты времени дополнительно, чем 1 минуту пройти пешком.

Для курортных городов Украины характерна сезонность обслуживания, а следовательно, сезонные колебания доходов предприятий и населения. Действующие в городах Украины банковские учреждения эту особенность налично-денежного оборота сгладить не в состоянии. Оборот средств замедляется. Из-за этого наблюдается отток финансовых и трудовых ресурсов в другие города. Поэтому целесообразной особенностью работы органов местного самоуправления курортных поселений могла бы стать организация сезонных работ, разработка дифференцированных по месяцам года тарифов на жилищно-коммунальные услуги, схем добровольной предоплаты этих услуг.