

Шевченко Ю.А., Ухваткина О.Н.

Организация туристической деятельности в прибрежных территориях

Приморского края с учетом экологических требований

Введение

Приморский край расположен в самой южной части Дальнего Востока на берегу Японского моря, занимая небольшую территорию (около 1% от общей площади Российской Федерации). Особенности географического положения, рельефа и климата, обусловили наличие земельных, водных и гидрологических, лесных и рекреационных ресурсов и позволяют считать регион уникальным по своей наполненности и разнообразию. Особенно богата красивыми ландшафтами южная часть территории. Даже вдоль поселений и основных транспортных магистралей, несмотря на наличие обезображивающих следов хозяйственной деятельности природа края завораживает [1]. В этих условиях наиболее активно используется для туризма морское побережье, овеянное тайнами, романтикой и непередаваемо прекрасное. Отрицательным моментом, приводящим к невозвратимым потерям для территории, является отсутствие соответствующей туристской инфраструктуры. Целью данной работы является разработка модели организации туристического отдыха в прибрежной зоне с учетом экологических требований территории.

Методы

Объектом исследования организация рекреационной деятельности в прибрежных территориях Приморья, для которых определена стратегия развития инфраструктуры в зависимости от категорий потребителей и вводов отдыха,

описаны наиболее перспективные направления развития туристической отрасли в этом секторе. Для разработки организации инфраструктуры применялась модель «достижения операционного преимущества», предложенная М. Трейси и Ф. Вирсемой [4]. Расчет допустимых нагрузок на территорию велся с помощью методики, предложенной В.И. Преловским и др. [1].

Результаты и их обсуждение

Обязательность организации туристической инфраструктуры связана с особенностями природно-климатического характера рассматриваемой территории. Суровость и мозаичность лесорастительных условий, сложный рельеф (около 50% территории занято склонами крутизной свыше 15°), высокая динамичность и уязвимость экотопов, малая мощность почв и опасность эрозии почво-грунтов на горных склонах, густая гидрологическая сеть, высокая доля эндемиков и реликтов флоры и фауны национального и морского значения, медленные темпы формирования ценных древостоев – все это является лимитирующими факторами рекреационной деятельности. С другой стороны близость крупных населенных пунктов **обуславливает** большое количество рекреантов. В связи с этим повышается необходимость создания минимальной туристской инфраструктуры. В целом, для удовлетворения нормативных рекреационных потребностей населения Приморья, в пляжно-купальном отдыхе необходимо 230-250 га специально оборудованных и благоустроенных морских и столько же речных пляжей, более 7 тыс. мест в санаторно-курортных учреждениях, в т.ч. детских [1]. В действительности, Приморский край не обладает и десятой долей необходимой инфраструктуры, даже в экономически более развитой южной части. Таким образом, для освоения ресурсов и

предотвращения их невозвратимой потери необходима поэтапная программа освоения ресурсов и создания инфраструктуры.

Чаще всего потребителей рынка туристских услуг принято разбивать на три большие группы или сегмента: иностранные туристы; туристы, прибывающие из других регионов страны; население края. Наиболее перспективный и многочисленный сегмент туристической деятельности – жители края. Основными проблемами организации отдыха для жителей края так же является, во-первых, недостаток инфраструктуры (прежде всего, недостаток мест для пляжного отдыха); во-вторых, высокая стоимость туристических услуг. Основная часть потребителей, приобретает лишь самые примитивные и не дорогостоящие туристические услуги – дневной отдых на «полудиком» пляже, без дополнительных услуг (прокат, службы общественного питания и т.д.). Третьей проблемой является нехватка времени на потребление туристических услуг. Средняя продолжительность отдыха составляет 4-5 дней. Как показывают исследования, лишь около 2% отдыхающих проводят на море 24 и более дней. Большинство жителей края предпочитают отдыхать на море в течение одного дня, от 1-2 часов до 7 часов на пляже [1]. Наибольшее скопление отдыхающих сосредоточено в зонах отдыха Южного Приморья – пригородные территории г. Владивосток и небольшие острова [1]. На эти территории приходится 79% жителей края и основная часть приезжающих, 59% из них скапливаются на двух пляжах. В результате целая армия потребителей атакует городские пляжи, не взирая на возможные неудобства и сложности, заполняя все возможные бреши на побережье, что бы добраться до вожеленного отдыха. Палаточные городки бесконтрольно располагаются рядом. В результате практически 100%

потребителей недовольны своим отдыхом, но, не имея альтернативы, вынуждены либо приезжать снова, либо отказываться от посещения мест массового отдыха. Решить проблему организации отдыха населения невозможно путем «косметических» мер. Таким образом, основными проблемами являются, избыточная масса потребителей на дешевые виды отдыха в короткий период времени, их отсутствие в течение холодного периода, а так же недостаток инфраструктуры.

Одним из вариантов решения этих проблем является организация краткосрочного отдыха - «маршрутов на 1 день», уже существующие на территории края: поездки на лotosовые озера в период цветения лотоса, экскурсии на водопады, в горы и т.д. Но этот вид отдыха рассчитан на активных, бодрых и спортивных людей, и относится к категории разовых посещений. Большинство туристов посещают данные маршруты не более 1 раза за сезон.

Наиболее популярным видом отдыха для местных жителей остается отдых на пляже. Для организации краткосрочного пляжного массового отдыха больше подходит модель «достижения операционного преимущества», предложенная М. Трейси и Ф. Вирсемой [4], поскольку мы имеем дело: а) с массовым потребителем, б) с потребителем с ограниченным временем и денежными средствами, в) ограниченным рекреационным ресурсом.

Эта модель, строиться на определении базовых потребностях четко определенного сегмента рынка. Существует множество типологий потребителей, но наиболее подходящей в данном случае является типология по предпочтению к увлечениям и любимым занятиям во время отдыха [3]. Всего выделены 8 типов потребителей. При этом присущие практически всем отдыхающим цели - купание

и загорание - были исключены. 1 тип (32%) – «спортсмены» - предпочитают подвижный образ жизни и спортивные игры, т.е. предпочитают активный отдых пассивному; 2 тип (19%) - «гурманы» - на первое место ставят гастрономические интересы, приготовление пищи на свежем воздухе; 3 тип (19%) – «увлеченные» - предпочитают ловить рыбу, кататься на лодке, заниматься дайвингом и т.д; 4 тип (8%) – «общительные» - предпочитают заводить романтические знакомства, петь песни, общаться в клубной обстановке, играть в бильярд, карты и т.д; 5 тип (14,5%) - «лирики» - совершают спокойные прогулки, любят собирать ракушки, фотографировать и рисовать; 6 тип (7%) - «сони» – предпочитают пассивное времяпрепровождение и сон; 7 тип (1%) – «мамы» - занимаются с детьми или вяжут; 8 тип (0,4%) – «экзоты», запросы которых специфичны и не могут быть определены.

Поскольку время пребывания на пляже ограничено, то вероятнее всего потребителю проще будет выбрать один вид отдыха, помимо загорания и купания. Следовательно, имеет смысл не создавать универсально оборудованные пляжи, а организовывать отдельные зоны: для гурманов – место для приготовления пищи и предприятия питания, для спортсменов – площадки для игр и пункты проката. Категорию «увлеченных» лучше отделить от остальных отдыхающих на безлюдных каменистых пляжах – они не будут мешать окружающим, а подводный мир каменистых бухт гораздо богаче, нежели песчаных. Создание отдельных зон для каждого сегмента потребителя решает сразу 3 задачи: позволяет экономить ресурсы, более компактно размещает отдыхающих, наконец, позволяет рекреантам заниматься увлекательным их делом, не мешая другим. Гораздо важнее для потребителя в этом случае не разнообразие

мероприятий, а возможность получить полностью завершённый, но короткий комплекс услуг: начиная от выезда на пляж, короткого отдыха и возвращения, поскольку проблема добраться до места отдыха человеку, не имеющему собственного автотранспорта, стоит чрезвычайно остро (основные экологически-чистые пляжи находятся в пригородной зоне).

Подобная стратегия оправдана и при организации кемпингов, палаточных лагерей, массовых краткосрочных экскурсий и пр. Самый главный бич всех туристических услуг, оказываемых на местных рынках – это чрезвычайно низкое качество. Стратегия операционного преимущества позволяет экономить часть ресурсов и направлять их на достижения высокого качества только в одной, но главной сфере, в которой заинтересован массовый турист.

Но главное организация такого отдыха позволит организовать несколько потоков отдыхающих без ущерба для качества отдыха и одновременно снизит рекреационную нагрузку на территорию.

Более подробное изложение данного стратегического направления представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Стратегические решения при организации массового краткосрочного отдыха в летний период.

Показатели	Возможные стратегические решения
Цель	Предоставление оптимальной комбинации качества, цены и доступности отдыха: компактный, но полный комплекс услуг, рассчитанных на короткий период отдыха, возможно с услугами доставки потребителей на место. Это позволяет увеличить поток

Показатели	Возможные стратегические решения
	<p>потребителей и повышает эффективность использования природных ресурсов.</p>
Целевая аудитория	<p>Массовый рынок, рядовой потребитель, работающий в летний период и нуждающийся в краткосрочном отдыхе на выходные дни или в вечернее время. А так же люди, по различным причинам не имеющие возможности продлить отдых, не имеющие своего автотранспорта и т.д. По предварительным оценкам, в таком отдыхе заинтересованы как минимум 60 % жителей г.Владивостока и прилегающих территорий [3].</p>
Продукт	<p><u>Стандартизированный пакет услуг</u>, рассчитанный на один из типов потребителей. Комплекс услуг должен удовлетворять только главные потребности клиента, в качестве дополнительных услуг можно организовать один из видов деятельности помимо купания и загораения, предпочитаемых данным типом (спортивные площадки или места для приготовления пищи). От организации «универсальных» мест отдыха, удовлетворяющего потребности всех категорий клиентов лучше отказаться.</p>
Ценность для потребителя	<p>Снижение затрат материальных и временных затрат на отдых</p>
Ценовая политика	<p>Не рекомендуется завышать цены, поскольку цель – обслужить максимальное количество отдыхающих. Большую выгоду принесет увеличение количества отдыхающих и их более компактное размещение. Возможно, если в комплекс будут включены услуги</p>

Показатели	Возможные стратегические решения
	<p>по доставке отдыхающих на место, цены необходимо установить на более высоком уровне (увеличить норму прибыли), так как выигрыш потребителя в этом случае заключается в экономии времени и удобстве.</p>
<p>Основные бизнес-процессы и структура построения бизнеса</p>	<p>На первое место выходят вопросы эффективности использования ресурсов, недопустимости непроизводительных затрат.</p> <p>Необходима четко разработанная, стандартизированная технология оказания услуг на предприятиях, тщательное планирование и контроль за оказанием услуг. Не рекомендуется вносить изменения в процессе оказания услуг по желанию потребителя, изменения возможны, но они лимитируются.</p> <p>Разрабатываются жесткие нормы для каждого вида услуг, прежде всего по безопасности, а так же по времени и условиям оказания.</p> <p>Соответственно, изначально при создании базового комплекса услуг необходимо произвести тщательный анализ потребностей населения, что бы создать продукт максимально удобный для потребителя.</p>

Безусловно, нецелесообразно все городские и пригородные пляжи переориентировать на подобный режим работы, но начинать создавать специализированные зоны отдыха необходимо, поскольку пропускная способность и возможность контролировать качество услуги на подобном пляже неизмеримо выше. Реализованы такие меры могут быть, например, при

заключении договора аренды территории городских пляжей, в котором будут оговорены условия организации специализированных зон краткосрочного отдыха. При реализации стратегии развития туристической отрасли важным фактором остается учет допустимой рекреационной нагрузки. Допустимая рекреационная нагрузка – нагрузка, при длительном воздействии которой визуально не выявляются какие-либо изменения в состоянии и внешнем облике древостоя, а деградация травяного покрова достигает не более 5% площади [1]. Приведем пример такого расчета. Учитывая, что окружающие пляжные зоны территории заняты дубовыми лесами, а также необходимость в такой полосе леса размером не менее 150 м и протяженностью не менее 150 м. Расчет допустимой нагрузки проводится лишь для этой территории, поскольку деградация лесной растительности происходит более интенсивно по сравнению с морским побережьем. Согласно расчетам исследователей [1] для дубового разнокустарникового леса такая нагрузка не должна превышать 2 чел/га и 4200 час/га в год. Также учтем, что данный вид рекреации рассчитывается лишь для периода года с комфортными температурами, который в пригороде г. Владивостока не превышает 30-40 дней. В большинстве своем летнее время (60 суток) и теплый период (около 130) суток характеризуется субкомфортными условиями [1], требующими для отдыхающих необходимо наличия естественных и искусственных укрытий от охлаждающего ветра либо смягчающих жару. В результате получаем, что нагрузка на эту территорию должна составлять не более 9 человек за 4 дня. К мерам по возможному увеличению нагрузки можно отнести организацию стационарных мест отдыха и тропиной сети, благодаря которым нарушение структуры почвы, вытаптывание травяного покрова и занесение

сорных видов в лесной ценоз происходит менее интенсивно и допустимая нагрузка может быть увеличена в два раза. Соблюдение таких условий в пригороде не реально, поскольку в период массового отдыха только количество приезжих из других территорий составляет приблизительно 6300 чел./сутки [3].

Распределение туристических потоков, организация краткосрочного и специализированного отдыха, возведение элементарной инфраструктуры позволяет приблизиться к выполнению экологических требований для сохранения естественной среды.

Таким образом, применение четко разработанной стратегии развития туристической отрасли с учетом требований потребителей, особенностей природных территорий и климата, а также экологических требований территории, позволяет получить наиболее рентабельный продукт, не нарушая естественной среды.

Литература:

1. Рекреация и туризм в Приморском крае (ресурсо-экологические аспекты): Учеб. пособие /Под. ред. В.И. Преловского. Владивосток: ДВ филиал СПбГУП., 1998 г.
2. Методические рекомендации по оценке рекреационных лесных ресурсов./ Сост. Сапожников и др.. ДальНИИЛХ, 1990 г.
3. Мартышенко Н.С. Маркетинговые исследования регионального рынка потребителей туристских услуг: Монография. – Владивосток: Дальнаука, 2007. – 258 с.

4. Трейси М., Вирсема Ф. Маркетинг ведущих компаний: выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке.: пер. с англ. – М: ООО И.Д. Вильямс», 2007.