

ДИНАМИКА РЕКРЕАЦИОННОГО СПРОСА КАК ФАКТОР ЭВОЛЮЦИИ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ГОРНОГО КРЫМА

Дугаренко И. А., Яковенко И. М.

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина,
E-mail: sergeev@wmf.univ.szczecin.pl, levchenko@ava.net.ua., sapiga_av@mail.ru*

В статье рассмотрены результаты геомаркетингового подхода к изучению эволюции рекреационных функций Горного Крыма. Выявлены тенденции динамики рекреационного спроса как фактора эволюции

Ключевые слова: эволюция, геомаркетинговый подход; рекреационный спрос.

ВВЕДЕНИЕ

Формирование современной пространственной структуры рекреационного процесса в Горном Крыму в значительной мере обусловлено историческими предпосылками зарождения и эволюции рекреационных функций территории. В научно-методической литературе хорошо освещено становление рекреации и туризма в Крыму в контексте развития геополитических, экономических и социальных процессов в дореволюционный и советский периоды [1; 7]. Вместе с тем, в анализе факторов эволюционного развития недостаточно внимания уделено выявлению географических закономерностей в изменении рекреационного спроса и его функциональной и пространственной избирательности. В Крыму имеется опыт проведения геомаркетинговых исследований в сфере рекреации и туризма [2], однако отсутствие динамического аспекта не обеспечило объективного представления о пространственно-временных изменениях рекреационных функций территории.

Целью данной статьи является изучение динамики рекреационного спроса на горные дестинации Крыма и оценка ее влияния на эволюционное развитие рекреационной системы региона.

1. СТРУКТУРА ФАКТОРОВ ЭВОЛЮЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИИ В ГОРНОМ КРЫМУ

Роль и место Горного Крыма в туристском движении определяются, прежде всего, историческими факторами, среди которых важнейшую роль сыграл ряд как генерирующих, так и реализующих факторов, обусловивших процесс социокультурного освоения крымского региона в целом [7; 14]:

- ✓ геостратегическое положение Крыма в границах Российской империи, программа освоения южных земель;
- ✓ низкие цены на землю;

- ✓ использование Крыма в качестве приоритетного места летнего отдыха императорской семьи;
- ✓ прогрессивное развитие транспортной сети, прежде всего, железнодорожной;
- ✓ популяризация лечебных свойств полуострова учеными-медиками;
- ✓ формирование привлекательного образа Крыма представителями творческой интеллигенции.

В период рекреационного освоения Крыма важную роль играл ресурсный фактор. Территория Горного Крыма располагала широкими возможностями для развития многих видов природно- и культурно ориентированной рекреации: около 100 аттрактивных природных объектов, 160 объектов спелеологии, пригодных для спортивной и экскурсионной рекреации, 25 объектов скалолазания высокой категории сложности, около 140 объектов природно-заповедного фонда. Вместе с тем, рекреационные ресурсы относятся к относительно стабильным факторам рекреационного процесса, и дальнейшая эволюция рекреационной системы Горного Крыма связана не с экстенсивным ростом числа вовлекаемых в хозяйственный оборот ресурсов, а с изменениями в их потребительских свойствах и методах эксплуатации.

Одним из ключевых факторов, обусловивших вовлечение в рекреационное использование территории Горного Крыма, стало расширение потребительского спроса на активные и познавательные виды туризма в конце XIX в. под влиянием демонстрационного эффекта горных районов Европы. Возникнув как аналог европейских альпийских клубов в январе 1890 г. в г. Одессе, Крымский Горный Клуб (КГК) ставил целью достижение гармоничного физического и интеллектуального развития участников горных путешествий. Согласно уставу, утверждённому 25 января 1890 г. Министерством внутренних дел Российской империи, целями деятельности КГК являлось [6]:

- 1) Научное исследование Крымских гор и распространение знаний о них.
- 2) Поощрение посещения Горного Крыма естествоиспытателями и художниками.
- 3) Поддержка местных отраслей сельского хозяйства, садоводства и горной промышленности.
- 4) Охрана редких горных видов растений и животных.

Постепенно ведущими мотивациями посещений Горного Крыма членами КГК становятся природно- и культурно-познавательные, спортивно-туристские и развлекательные занятия.

2. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ДИНАМИКИ РЕКРЕАЦИОННОГО СПРОСА НА РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ГОРНОГО КРЫМА

В рамках реализации геомаркетингового подхода к изучению эволюции рекреационных функций территории были изучены изменения в мотивациях, структуре и поведении рекреантов и определены факторы, обусловившие эти изменения. Представления о структуре потребительского спроса на горные дестинации Крыма в разные периоды времени формировались на основе историко-

библиографических, документально-архивных данных и результатов разновременных социологических исследований.

В архивных материалах содержится мало сведений для характеристики половозрастной, социальной и имущественной структуры участников крымских экскурсий в досоветский период. В 1898 г. наибольший контингент участников экскурсий КГК составляли студенты, преподаватели и гимназисты (рис. 1); при этом более 70% экскурсантов прибыло из Санкт-Петербурга, Москвы, Одессы и Киева. По данным юбилейного сборника Крымско-Кавказского Горного клуба (ККГК) [12], в 1914 г. из 7880 экскурсантов 3514 (44,6%) составили мужчины и 4366 (55,4%) – женщины; причем одним из факторов сокращения удельного веса экскурсантов-мужчин следует признать мобилизацию значительной части мужского населения в период Первой мировой войны. Возраст участников экскурсий колебался от 6 до 70 лет; основным контингентом по профессиональной принадлежности, как и ранее, были учащиеся и преподаватели различных учебных заведений, совершающие дальние образовательные экскурсии. В течение 1891-1912 гг. правление КГК-ККГК организовало проведение 40 коллективных ученических поездок, в т.ч. 24 мужских и 16 женских групп; большинство поездок были совершены в каникулярное время (июнь-июль) [3;4;8;9]. Активно путешествовали по Крыму представители творческой интеллигенции, ученые, государственные чиновники и предприниматели, интересующиеся туристическими поездками по южным губерниям Российской империи.

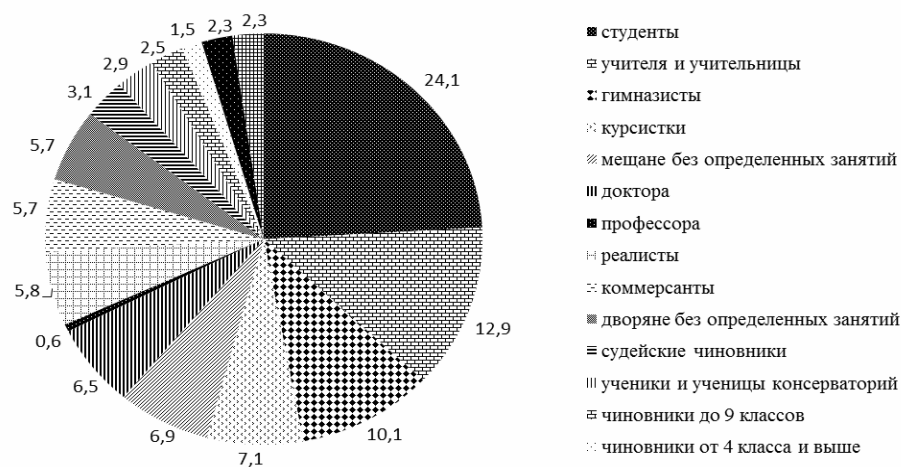


Рис. 1. Социальный и профессиональный состав участников экскурсий Крымского Горного клуба в 1898 г., % [10].

О социальном составе приезжающих на отдых в Крым в 1924-25 гг. можно судить по данным официально зарегистрированных курортников на предприятиях ЮБК [5]. Рабочие составляли 44%, крестьяне – 10%, служащие – 27 %, партработники – 7%, дети – 6 %, иждивенцы – 3 %, красноармейцы – 2 %, прочие – 1 %. Среди курортников было много рабочих из Москвы, Ленинграда, Иванова, шахтерских городов

Донбасса, крестьян Поволжья. Районы Горного Крыма посещались отдыхающими эпизодически; чаще всего в ходе экскурсий к ближайшим к месту отдыха достопримечательностям.

В период с 1950 по 1990 гг. масштабы рекреационной освоенности Крыма достигли апогея: к 1988 г. число рекреантов превысило 8,3 млн. чел. (в т.ч. организованных – 2,1 млн. чел., неорганизованных – 6,2 млн. чел.). Произошли существенные сдвиги в составе отдыхающих: впервые за весь советский период развития крымских курортов основным контингентом организованных отдыхающих становятся служащие (43%), рабочие составляют около 36%, пенсионеры – более 3%, колхозники – 2,7%, студенты – 1,5% и работники науки и искусства – 1,3% [11].

Структура и мотивации посетителей Горного Крыма в советский период были проанализированы на примере результатов социологических опросов, проведенных автором в 1983 г., среди туристов, проходящих по плановым маршрутам Крымского совета по туризму и экскурсиям (№№ 26,182,183). Для выявления тенденций в изменении структуры и мотиваций, произошедших за последнее двадцатилетие, было проведено анкетирование в туристский сезон (июнь-август) 2012 г. среди посетителей основных туристских объектов Горного Крыма. Всего было опрошено 750 человек, использовалась кластерная (типическая) случайная выборка. Необходимая численность выборки определялась по формуле (1):

$$n = \frac{t^2 \cdot w(1-w)}{\Delta^2}, \quad (1)$$

где: n – объем выборочной совокупности;

t – доверительный интервал (показатель, определяющий размер той или иной ошибки в зависимости от вероятности ее наступления (P));

w – доля единиц выборочной совокупности, обладающих альтернативным признаком;

Δ – предельная ошибка выборки.

Средняя и предельная ошибка выборки рассчитывались по формулам (2) и (3):

$$\mu = \sqrt{\frac{w(1-w)}{n}} \quad (2)$$

$$\Delta = t\mu, \quad (3)$$

где: μ – средняя ошибка выборки;

Δ – предельная ошибка выборки;

w – доля единиц выборочной совокупности, обладающих альтернативным признаком;

t – доверительный интервал;

n – объем выборочной совокупности [13].

При объеме выборочной совокупности 750 человек с вероятностью (P) 0,987 предельная ошибка выборки составляет 4,5% и средняя ошибка выборки 1,8%.

Особый интерес для выявления факторов эволюционного развития рекреационных функций Горного Крыма представляет сравнительный геомаркетинговый анализ, построенный на данных периода расцвета советской

системы отдыха и туризма (1983 г.) и периода завершения социально-экономических реформ (2012 г.). Он позволил установить следующее:

1. Среди целей посещения районов Горного Крыма в 2012 г., как и в 1980-х гг. по-прежнему преобладают цели, связанные с различными формами и видами активного (спортивного) туризма, однако в современный период они становятся более дифференцированными. Ряд классических направлений рекреационной деятельности, представленный в регионе в советский период (отдых в оздоровительных учреждениях, санаторное лечение), становятся менее востребованными.

2. Профессиональная структура участников рекреационных занятий в горах претерпела существенные изменения. В начале 1980-х основной контингент участников плановых туристских маршрутов составляли инженерно-технические работники (50,0%) и рабочие (23,4%), что объяснялось дотациями профсоюзных организаций при приобретении туристских путевок на промышленных предприятиях. Заметим, что колхозники составляли очень небольшой процент туристского потока (0,3%), поскольку туристский сезон совпадал по времени с пиком сельскохозяйственных работ. В настоящее время, после распада профсоюзной системы планового маршрутного туризма, в Горном Крыму преобладают самостоятельные формы активного туризма, и наиболее многочисленной группой их участников стала студенческая молодежь (29,9%).

3. Главным районом формирования рекреационного спроса на туристские дестинации Горного Крыма стала Украина. В то же время с распадом СССР и изменением туристской конъюнктуры на постсоветском пространстве Крым перестал быть приоритетным направлением для жителей России и других бывших республик. Так, доля россиян по сравнению с 1983 г. сократилась на 38,9%; но среди участников рекреационных занятий выросла доля самих крымчан (особенно в каникулярное время студентов и школьников и в период майских праздников). Удельный вес представителей дальнего зарубежья остается незначительным, что свидетельствует о недостаточно сформированном имидже региона в мировом информационном пространстве.

4. Изменения в составе туристского потока в значительной степени являются отражением социокультурной роли туризма. В данных опроса, проведенного в 1983 г., можно видеть высокий удельный вес туристов, путешествовавших в одиночку (60,0%). Приобретение профсоюзной путевки часто рассматривалось как возможность поиска новых знакомств и решения проблем в личной жизни; малый удельный вес путешествовавших с семьей объяснялся ограничениями на совместный отдых и, особенно, маршрутный спортивный туризм, родителей с детьми. В настоящее время, наряду с общемировой тенденцией к индивидуализации туризма, в Крыму, как и в других горных районах, прослеживается рост популярности семейных поездок и поездок в составе малых туристских групп (друзья, коллеги по работе, участники клубов по интересам).

5. Половозрастная структура посетителей Горного Крыма медленно меняется: если в 1983 г. соотношение мужчин и женщин составляло 35% к 65%, то в 2012 г. – 45,3% к 54,7% соответственно. В рассматриваемые периоды наиболее многочисленными возрастными группами являлись группы от 16 до 30 лет и от 31 до

45 лет (50,0% и 38,2% в 1983 г.; и 46,8,0% и 34,2% в 2012 г.). Удельный вес лиц в возрасте старше 60 лет не превышает 3%.

6. Среднее время пребывания туристов в регионе сокращалось; наибольший удельный вес имеют поездки, составляющие от 3 до 7 ночевок (33,2%). Данная тенденция особенно усилилась в годы финансово-экономического кризиса (2008-2009 гг.), наряду с сокращением средней дальности поездок и средних расходов туристов. Большую группу составляют лица, прибывающие в горно-лесную зону полуострова на 1 день (без ночевки), т.е. экскурсанты (21,9%). Среди туристов преобладают те, которые посетили Крымские горы от 1 до 3 раз (36,4%).

7. Сравнительный анализ уровня реальных доходов потенциальной и реальной клиентуры за рассматриваемый период позволяет констатировать, что главной маркетинговой позицией Горного Крыма продолжает оставаться среднеобеспеченная потребительская аудитория: в 1983 г. на лица с доходом 140-200 руб./чел. в месяц приходилось почти 50% туристов; в 2012 г. преобладают лица с доходом \$201-500 на 1 чел. (28,9%). Очевидно, что существующая система туристского сервиса в регионе не ориентирована ни на малоимущие слои населения, ни на сектор VIP-туризма. С учетом большой доли самостоятельных форм рекреации, рекреационный спрос на объекты Горного Крыма, до сих пор являлся неэластичным, однако по мере развития туристского сервиса фактор цена/качество будет усиливаться, и спрос приобретет характер эластичного, т.е. изменяющегося в зависимости от цены на предлагаемые услуги.

8. В советский период основным средством размещения организованных рекреантов в Горном Крыму являлись тургостиницы, турбазы и приюты Крымского областного совета по туризму и экскурсиям (около 80%); сектор неорганизованного туризма, предпочитавшего размещения в палатках, составлял ориентировочно до 5-10%, остальная часть туристов размещалась в частном секторе. В настоящее время спрос на средства размещения распределяется следующим образом: гостиницы – 15,1%; турбазы и турприюты – 30,3%; палатки – 19%; частный сектор (главным образом, мини-отели и частные пансионаты) – 51,5%. В целом спрос на более комфортные условия проведения отдыха в горах растет.

9. Определенные выводы о месте Горного Крыма в географической избирательности рекреантов можно получить путем сравнения разновременных данных о внутрирегиональном распределении рекреационных потоков в Крыму. При общем сокращении числа рекреантов в течение 1985-2000 гг. деструктивные процессы коснулись в большей мере не районов с традиционными купально-пляжными занятиями, а территории Горного Крыма с преобладанием горно-спортивных, природно-познавательных, оздоровительно-промысловых и других видов природоориентированного туризма. Общий поток посетителей сократился на 69%, в то время как в курортных районах ЮБК – в пределах 10-15 %. Повышательная волна развития рекреационного спроса на горные дестинации в Крыму наметилась лишь к 2005 г.

10. В структуре мотиваций и территориальной избирательности рекреантов часто решающую роль играют имиджологические факторы, связанные с региональной идентификацией свойств территории региона, формирующих положительные и негативные геопропространственные представления. Геопропространственные образы Горного Крыма, по данным опроса, формируются на основе информации,

почерпнутой из самых различных источников. 39,3% респондентов отмечают влияние отзывов друзей и родственников; 39,1% опираются на информационные ресурсы Интернет; телереклама обеспечивает 11,7% информации; 5,8% опрошенных указали главным источником информации рекламу в периодике. В качестве характеристик, определяющих положительные свойства рекреационной среды Горного Крыма, отмечены: насыщенность уникальными природными объектами (17,7%); живописные ландшафты (15,3%); возможность заниматься охотой и рыбалкой (17,6%); комфортный климат (8,9%). В числе факторов природной среды, создающих негативные образы пространственного окружения рекреантов в Горном Крыму, упоминаются: низкий уровень оборудования рекреационных объектов (19,8%); неблагоприятная экологическая ситуация (12,4%); неудовлетворительное санитарное состояние многих объектов (17,5%); плохая транспортная доступность (11,0%).

11. Перечень аттрактивных объектов Горного Крыма, упомянутых рекреантами, включает не более 20 названий, что свидетельствует не только о недостаточной информированности рекреантов о ресурсном потенциале региона, но и о неэффективной работе рекламно-информационных служб полуострова. Представление о востребованных объектах природного и культурного наследия Горного Крыма дает оценка уровня аттрактивности по результатам анкетирования (рейтинг от 1 до 10 в порядке убывания) (табл.1).

Таблица 1
Оценка уровня аттрактивности туристских объектов Горного Крыма по результатам анкетирования (составлено авторами, 2012 г.)

Туристские объекты	Удельный вес респондентов, отметивших рейтинг (от 1 до 10 в порядке убывания), %											1-3, %	УА
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Большой каньон Крыма	16,2	11,7	6,7	8,6	7,7	9,9	9,5	9,5	6,7	13,5	34,6	В	
Форосский кант	8,6	8,6	13,8	3,4	13,9	6,9	27,6	6,0	6,9	3,4	31,0	С	
Скельская пещера	0,0	0,0	28,2	23,9	1,1	3,3	15,2	4,3	3,3	20,7	28,2	С	
Чернореченский каньон	2,6	29,3	1,0	16,4	0,9	11,1	0,0	13,8	20,7	4,2	32,9	С	
Пещерные города	5,2	17,9	8,9	7,8	8,9	6,4	3,8	7,8	24,4	8,9	32,0	С	
Ак-Кая	1,8	29,7	1,8	18,9	2,7	2,7	17,1	19,8	1,8	3,7	33,3	С	
Мраморная пещера	4,5	2,1	15,4	20,9	4,2	17,5	2,8	4,2	14,7	13,7	21,7	С	
Плато Чатырдаг	2,6	2,6	17,9	5,2	14,1	25,6	3,8	21,8	2,6	3,8	23,1	С	
Красная пещера	1,2	4,7	3,5	15,1	20,9	27,9	8,1	1,2	3,5	13,9	9,4	Н	
Вдп. Учан-Су	2,9	1,5	32,1	24,8	7,3	2,2	9,5	4,4	13,1	2,2	36,5	В	
Вдп. Джур-Джур	12,4	21,2	12,4	6,6	18,2	3,6	10,9	7,3	5,1	2,3	46,0	В	
Караби-яйла	4,6	0,0	2,6	2,6	42,1	23,4	1,3	2,6	18,2	2,6	4,9	Н	
Демерджи	1,7	6,7	10,0	5,0	28,2	6,7	11,7	13,3	5,0	11,7	18,4	С	
Новый Свет	23,1	6,6	15,4	24,2	6,6	2,2	6,6	5,5	5,5	4,3	45,1	В	
Монастыри Горного Крыма	0,0	10,4	6,2	2,1	12,5	8,3	22,9	25,0	6,3	6,3	16,6	Н	
Пещера Эмине-Баир-Хосар	2,9	2,9	7,4	11,8	10,3	1,5	16,2	5,8	25,0	16,2	13,2	Н	

Условные обозначения: УА – уровень аттрактивности: В – высокий; С – средний; Н – низкий

12. Изучение моделей пространственно-временного рекреационного поведения рекреантов выявило тяготение к стационарно-радиальным формам проведения

занятий (с перемещениями от базы размещения на расстояние не более 10 км). Пешеходный туризм предпочитают 35,9% опрошенных; растет популярность конных видов передвижения (25,0%); а путешествовать в горах на собственном автомобиле предполагают 18,8% респондентов. Менее популярны арендованный автобус (7,4%), рейсовый автобус (7,1%); велосипед и мотоцикл (3,1%) можно оценивать не как средство передвижения, а скорее как обязательный технологический элемент занятий для целевой группы туристов.

До сих пор не преодолен стереотип сезонного проведения рекреационных занятий в горах. Максимум туристских посещений приходится на период с мая по октябрь, абсолютный минимум отмечается в феврале.

ВЫВОДЫ

Геомаркетинговый подход к изучению эволюции рекреационных функций горных территорий заключается в использовании различных методов и инструментов для сбора, обработки, моделирования, анализа и визуализации пространственной информации, касающейся формирования и динамики рекреационного спроса и его влияния на динамику горных рекреационных систем. В изучении эволюции рекреационных функций Горного Крыма использовался сравнительный анализ данных социологических исследований рекреационного спроса 1983 г. и 2012 г. Полученные результаты подтвердили приоритетное значение фактора рекреационного спроса в процессе эволюционного развития рекреации и туризма.

Список литературы

1. Багров М. В. Розвиток туризму в Криму в 70-90 рр. ХХ ст. (Соціально-економічні та ландшафтно-екологічні аспекти) / М. В. Багров, Л. О. Багорова, С. А. Михайлов, П. Д. Підгородецький // 3 історії вітчизняного туризму. – К., 1997. – С. 127-142.
2. Береснева М. А. Курортный Крым глазами отдыхающих. Материалы исследований / М. А. Береснева, Ю. С. Клевцова, О.А. Семаева. – Симферополь: Крымский архив, 2002. – 52 с.
3. Вебер Ф. Экскурсии Ялтинского отделения Крымского горного клуба в 1897 году / Ф. Вебер // ЗКГК. – 1898. – № 4. – С. 11-14.
4. Деятельность и денежный отчет Ялтинского отделения Крымско-Кавказского горного клуба за 1912 год // ЗКГК. – 1913. – Вып. 2. – С. 45-55.
5. Дзевановский. А. А. Курорты Крыма / А. А. Дзевановский, В. Н. Тальберг – Симферополь, 1925. – 9 с.
6. Долженко Г. П. История туризма в дореволюционной России и СССР / Г. П. Долженко. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. ун-та, 1988. – 190 с.
7. Мальгин А. В. Русская Ривьера: Курорты, туризм и отдых в Крыму в эпоху Империи. Конец XVIII – начало XX в. / Мальгин А.В. – Симферополь: СОНАТ, 2004. – 325 с.
8. Отчет деятельности правления Ялтинского отделения Крымско-Кавказского горного клуба за 1913 г. – Ялта: Труд, 1914. – 15 с.
9. Отчет о деятельности Ялтинского отделения Крымско-Кавказского горного клуба в 1914 г. – Ялта: Труд, 1915. – 43 с.
10. Отчет об экскурсионном сезоне Ялтинского отделения Крымского горного клуба за 1898 г. // ЗКГК. – 1899. – № 5-6. – С. 27-34.
11. По декрету Ильича: Курортное строительство в Крыму, 1920-1989. Сб. документов и материалов / Сост. Л. И. Васильева, И. П. Кондранов и др. – Симферополь: Таврия, 1989. – 240 с.

12. Смирнов В. И. Отчёт о деятельности Крымско-Кавказского горного клуба за 25 лет своего существования (1890 – 1914 гг.) / В. И. Смирнов // Юбилейный сборник Крымско-кавказского горного клуба / Под ред. М.А. Познанского. – Одесса: тип. Н. Лемберга, 1915. – С. 9-46.
13. Теория статистики: Учебник / Под ред. Р. А. Измайловой. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 245 с.
14. Яковенко І. М. Еволюція процесу рекреаційного природопольовання як фактор громадської організації території Криму / І. М. Яковенко // Культура народів Причорномор'я. – 2005. – №61. – С. 18-21.

Дугаренко І. А. Динаміка рекреаційного попиту як фактор еволюції рекреаційної системи Гірського Криму / І. А. Дугаренко, І. М. Яковенко // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Географічні науки. – 2012. – Т.25 (64), №4. – С.78-86.

У статті розглянуто результати геомаркетингового підходу до вивчення еволюції рекреаційних функцій Гірського Криму. Виявлено тенденції динаміки рекреаційного попиту як фактору еволюції.

Ключові слова: еволюція, геомаркетинговий підхід, рекреаційний попит.

Dugarenko I. A. Dynamics of recreational demand as a factor of evolution of the Crimean Mountains' recreational system / I. A. Dugarenko, I. M. Iakovenko // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. – Series: Geography Sciences. – 2012. – V.25 (64), No4. – P.78-86.

The results of geo-marketing approach to the study of recreational functions of the Crimean Mountains were considered in this article. The trends of dynamics of recreational demand as a factor of evolution were exposed.

Key words: evolution, geo-marketing approach, recreational demand.

Поступила в редакцію 03.12.2012 г.