

Реакционное освоение Крыма ведет свой отсчет с конца 18 века, когда на Южном побережье началось строительство дворцовых комплексов и крупных усадеб, закладка виноградников и создание парков, до настоящего времени определяющих структуру зеленых насаждений. С 60-х годов 19 века на Южном берегу Крыма (в Ялте, Алушке, Алуште и Гурзуфе), наиболее благоприятном по климатическим условиям районе, начинается организация частных дач, коммерческих санаториев и пансионатов. Популярность Крыма как места отдыха возросла после того, как члены царской семьи стали проводить осенние месяцы в Ливадии. После этого быстрыми темпами возрастают численность населения Ялты (до 21, 2 тыс. в 1913г.) и число приезжающих на отдых в Крым (37,5 тыс. в 1912 г.).

После национализации крымских курортов в течение долгого времени рекреация в Крыму развивалась преимущественно на унаследованной материально-технической базе и инфраструктуре. Сразу же после национализации «спускаются» грандиозные планы использования курортов Крыма. Так, в известном декрете, подписанном Лениным в декабре 1920 год уже к январю 1921 года предполагалось открыть 5000 коек в санаториях, а весной – 25000 коек. Достичь же таких показателей удалось лишь к началу 30-х годов. В 1935 году емкость рекреационных учреждений Крыма составляла 43,6 тыс. мест, из них 26,2 тыс. мест размещались на ЮБК. В Ялте в этот момент проживало 25,8 тыс. жителей, причем половина занятого населения города работала в санаториях и других учреждениях отдыха.

В 1935 году была разработана первая схема районной планировки ЮБК, ставшая на многие годы определяющим документом развития курортов. В этой схеме предлагалось создание единого города-курорта на ЮБК с населением 150000 жителей и вместимостью рекреационных учреждений, в основном санаторно-курортных, на 50000 мест. Предельная емкость курорта при этом определялась наличием пляжей, а территориальная организация – расположением участков, пригодных для строительства.

В течение всего советского периода наблюдался постоянный рост вместимости сети учреждений лечения и отдыха и числа людей, лечившихся и отдохнувших в Крыму: в 1929 году – 110000, в 1953 году – 700000, в 1968 году – 4000000, в 1974 году – 6,5 млн., в 80-х годах – 7-8 млн. чел. Можно определенно сказать, что в 80-е годы была достигнута предельная емкость Крыма для достигнутого уровня развития производительных сил. Рекреационное хозяйство Крыма к началу 90-х годов включало около 700 учреждений лечения и отдыха с 177 тыс. мест, в том числе 75 тыс. круглогодичного функционирования, большое число служб и организаций, обеспечивающих функционирование курорта.

Анализ структуры рекреационных учреждений показывает преобладание в Крыму учреждений санитарно-курортного лечения и слабое развитие туризма.

Рекреационная отрасль является одной из важнейших составляющих социально-экономического развития общества. Заинтересованность в ее скорейшем развитии для Крымского региона обусловлена следующими причинами:

- необходимость повышения уровня социально-экономического развития за счет туризма и иностранных инвестиций;
- создание должной рекреационной базы для использования ее в качестве отечественной здравницы;
- обеспечение населения дополнительным количеством рабочих мест.

Для того, чтобы отдыхающих стало больше необходима эффективная рекламная деятельность, как на уровне отдельно взятой туристической фирмы или здравницы, так и регионов, Крыма в целом. Известно, что на эти цели в зарубежных государствах отпускаются десятки миллионов долларов из государственного бюджета. Украина пока пойти на это не может. Подавляющее количество руководителей здравниц начали исполнять свои обязанности еще во времена СССР. Тогда не было необходимости бороться за клиента, так как во «всесоюзную здравницу» и без того ехали со всех концов страны летом и зимой. Об этом заботилась система здравоохранения, профсоюзы, сами предприятия. Значительная часть стоимости путевок оплачивалась из различных фондов. К работе в условиях рыночной экономики многие руководители оказались не готовы. В штатах практически нет специалистов по маркетингу и рекламе. Многие организации поэтому тратят деньги на рекламу стихийно, без предварительного изучения рынка.

Структура рекреационных учреждений должна все в большей степени изменяться в соответствии со спросом населения. Многие из них должны изменить функции или перестать использоваться для рекреационной деятельности. На базе старых учреждений необходимо стимулировать создание новых с услугами соответствующего уровня, зная и учитывая при этом запросы потенциальных клиентов из различных регионов и социальных слоев. Необходимо поддерживать цены на оптимальном уровне.

Но все же самым необходимым условием увеличения потока отдыхающих и инвестиций в Крым является социально-экономическая стабильность и отсутствие экологических катастроф. Полуостров с его уникальной природой, памятниками истории и культуры, сложившейся курортной системой мог бы стать значительно более популярным в Европе. Но для этого надо искать новые подходы.