

УДК 339.137.2:338.48



---

**А.В. Кулик***Аспірант кафедри маркетингу ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ*

---

## АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ КРИМУ

У статті проаналізовано поточний стан конкурентостійкості підприємств сільсько-го зеленого туризму Криму, виявлено фактори, що впливають на неї. Здійснено оцінювання конкурентостійкості підприємств сільського зеленого туризму, що розміщені у центральній, гірській частинах Криму та на його узбережжі.

***Ключові слова:** сільський зелений туризм, конкурентостійкість, кластерний аналіз, центральна частина Криму, гірська частина Криму, узбережжя Криму*

Для визначення поточного стану конкурентостійкості підприємств взагалі та конкурентостійкості підприємств сільського зеленого туризму (СЗТ) зокрема використовують багато методів. Порядок оцінювання тактичної конкурентостійкості найточніше охарактеризовано у працях таких науковців, як Г.Л. Азоев, Р.А. Фатхутдинов, Ж.-Ж. Ламбен, Г.Я. Гольдштейн та ін. [1—5]. Виходячи з принципів системності й об'єктивності за результатами проведеного моніторингу конкурентних переваг підприємств сільського зеленого туризму запропоновано для оцінки тактичної конкурентостійкості підприємства аналізувати його спроможність створювати, розвивати, утримувати конкурентні переваги, протистоячи загрозам або використовуючи можливості зовнішнього середовища (рис. 1).

Визначимо перелік часткових показників, що мають найбільший вплив на поточний стан конкурентостійкості досліджуваних підприємств, за допомогою кластерного аналізу, застосувавши пакет прикладних програм STATISTICA 6 (рис. 2).

Як показано на дендрограмі, часткові показники за ступенем їхнього впливу об'єднані у три групи та відповідно відображають:

1) можливість оперативно реагувати на вимоги клієнтів (туристичний асортимент, наявність сайту, можливість оплати та бронювання в режимі онлайн, вартість туристичної послуги);

2) управлінські та організаційні витрати на обслуговування клієнтів (витрати на трансфери та виробничу діяльність, обсяг додаткових послуг і чисельність управлінського персоналу);

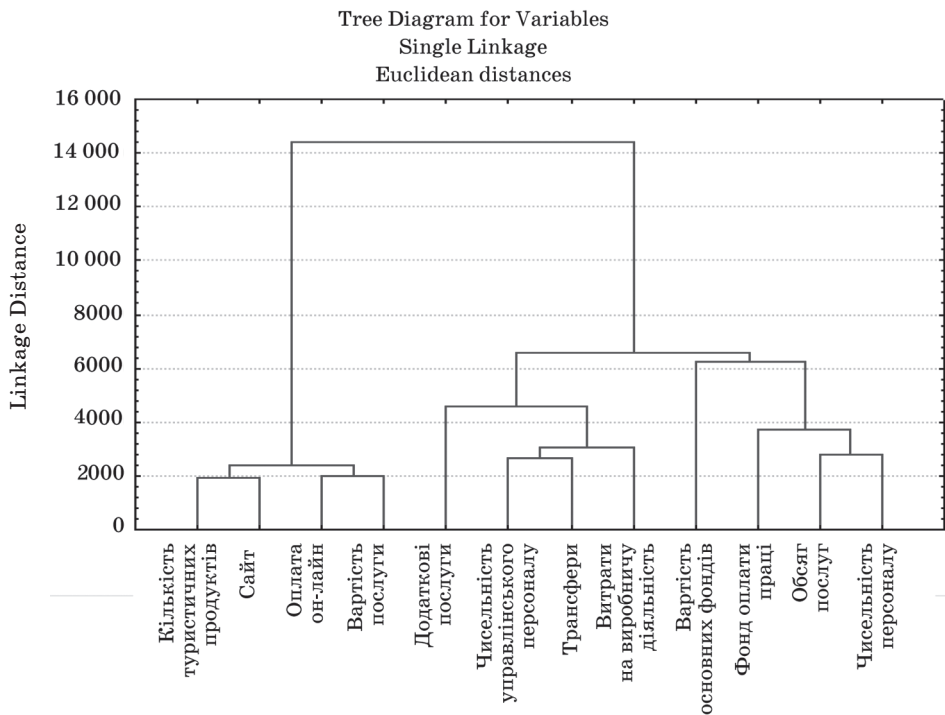
3) валовий дохід та валові витрати на діяльність підприємства (вартість основних фондів, фонд оплати праці, кількість працівників та обсяг наданих послуг).



Рис. 1. Структурно-функціональна схема внутрішніх факторів, що впливають на конкурентостійкість підприємства [4; 5]

Наступним етапом аналізу поточного стану конкурентостійкості підприємств сільського зеленого туризму є встановлення однорідності досліджуваної сукупності підприємств.

Використання пакета прикладних програм STATISTICA 6 дає змогу визначити кількість і склад об'єктів (підприємств із різним обсягом та якісним переліком туристичних послуг), що входять до кожного з отриманих кластерів. За результатами кластеризації (на основі даних за 2011 р.) досліджувані підприємства СЗТ було об'єднано у три кластери.



**Рис. 2.** Дендрограма часткових показників, що мають вплив на поточний стан конкурентостійкості підприємств сільського зеленого туризму

Перелік та характеристики підприємств, що увійшли до кожного з кластерів, подано в табл. 1.

**Таблиця 1.** Перелік досліджуваних підприємств

Умовні позначення	Найменування та місцезнаходження підприємства	Характеристики
1	2	3
<b>Кластер 1. Центральна (степова) частина Криму</b>		
П1	Маєток “Керменчик” (Бахчисарайський р-н, с. Високе)	Кількість працівників: 9—16 осіб. Обсяг наданих туристичних послуг: 300—400 тис. грн. Фонд заробітної плати: 80—100 тис. грн. Середньорічна вартість основних фондів: 150—250 тис. грн. Комплексність туристичного продукту (кількість туристичних послуг): 7—9 шт.
П2	Садба “Алімова балка” (Бахчисарайський р-н, с. Баштанівка)	
П3	Гостьовий будинок “Соколине” (Бахчисарайський р-н, с. Соколине)	
П4	Турбаза “Біля гірської річки” (Бахчисарайський р-н, с. Соколине)	
П11	Гостьовий будинок “Зелений дворик” (Бахчисарайський р-н, с. Соколине)	
П12	Міні-готель “Діляра-ханум” (м. Бахчисарай)	
П13	Готель “Ашлама-Сарай” (м. Бахчисарай)	
П14	Садба “Сонаячний Вітер” (Бахчисарайський р-н, с. Прохолодне)	
П15	Кемпінг “У горах у Ізабелли” (Бахчисарайський р-н, с. Соколине)	

## Закінчення таблиці 1

1	2	3
П16	Садиба “Загублений світ” (Бахчисарайський р-н, с. Многоріччя)	
П23	Садиба “Гостинний дім у Ніни” (Роздольненський р-н, с. Портове)	
П24	Садиба “Бельбек” (Бахчисарайський р-н, с. Многоріччя)	
Кластер 2. Частина Криму, що має доступ до водоймищ		
П5	Садиба Шатілова (Радянський р-н, с. Квітуче)	Кількість працівників: 7—8 осіб. Обсяг наданих туристичних послуг: 60—100 тис. грн. Фонд заробітної плати: 10—30 тис. грн. Середньорічна вартість основних фондів: 70—150 тис. грн. Комплексність туристичного продукту (кількість туристичних послуг): 3—5 шт.
П9	Садиба “Олександрія” (м. Коктебель)	
П10	Готель-садиба “Ларине” (Чорноморський р-н, с. Мар’їно)	
П17	Садиба “Кефалі Вріс” (м. Балаклава)	
П21	Садиба “Ладья” (м. Судак)	
П22	Садиба “Відрада” (Ленінський р-н, с. Новоотрадне)	
П25	Садиба Кесслера (Фермана) (Сімферопольський р-н, с. Ферманове)	
Кластер 3. Гірська частина Криму		
П6	Гостьовий дім “У Гульнари” (Судакський р-н, с. Зеленогір’я)	Кількість працівників: 5—7 осіб. Обсяг наданих туристичних послуг: 700—900 тис. грн. Фонд заробітної плати: 120—170 тис. грн. Середньорічна вартість основних фондів: 320—330 тис. грн. Комплексність туристичного продукту (кількість туристичних послуг): 3—5 шт.
П7	Гостьовий будинок “Смерека” (м. Севастополь, с. Орлине)	
П8	Садиба “Білий острів” (м. Севастополь, с. Орлине)	
П18	Приватний пансіонат “Байдари” (м. Севастополь, с. Орлине)	
П19	Кінноспортивна база “Станиця Вільна” (Білогірський р-н, с. Ароматне)	
П20	Садиба “Розенталь” (Білогірський р-н, с. Ароматне)	

Дані табл. 1 свідчать, що до першого кластера потрапили підприємства, розташовані переважно в центральній (степовій) частині Криму. Ці підприємства займаються комплексним туризмом: кількість (асортимент) пропонованих ними туристичних послуг — від 7 до 9, що зумовлено наявністю в цьому регіоні передумов для розвитку практично всіх видів туризму.

До другого кластера ввійшли підприємства, які знаходяться переважно в тій частині півострова, де є доступ до водоймищ. Ці підприємства спеціалізуються на фермерському та екотуризмі, оскільки зазначений регіон є сільськогосподарським, і пропонують від 3 до 5 туристичних послуг.

У третьому кластері опинилися підприємства, розташовані переважно в гірській частині Криму. Ці підприємства займаються еко- та велотуризмом, кінноспортивним туризмом, а кількість (асортимент) туристичних послуг у них — від 3 до 5.

Оцінку поточного стану конкурентостійкості (ПСК) підприємств СЗТ здійснимо, скомбінувавши два методи: теорії ефективної конкуренції

та позиціонування туристичної послуги в координатах “ціна/якість” із залученням експертів та аналітиків, за результатами опитування яких визначаються окремі показники та вагомість параметрів оцінювання. У зв’язку з тим, що важливість цих показників для встановлення ПСК підприємств сільського зеленого туризму є різною, експертним шляхом розробляються коефіцієнти вагомості критеріїв.

Ранжирування підприємств за рівнем конкурентостійкості здійснюється за допомогою формули

$$I_k = \frac{K_j}{K_{\text{пр}}}, \quad (1)$$

де  $I_k$  — рівень конкурентостійкості аналізованого підприємства: якщо  $I_k < 1$ , то аналізоване підприємство поступається конкуренту за рівнем конкурентостійкості; якщо  $I_k > 1$  — опереджає конкурента, якщо  $I_k = 1$  — конкурентостійкість однакова;

$K_j$  — узагальнюючий показник конкурентостійкості  $j$ -го підприємства;

$K_{\text{пр}}$  — узагальнюючий показник конкурентостійкості аналізованого підприємства.

Алгоритм визначення поточного стану конкурентостійкості підприємства СЗТ передбачає три послідовні етапи.

На першому етапі здійснюють розрахунок одиничних показників конкурентостійкості та перетворення їх у відносні величини (бали).

Значимість основних факторів успіху підприємств, отриману як середньозважений показник опрацьованої думки експертів, подано в табл. 2.

**Таблиця 2. Значимість основних факторів успіху підприємств СЗТ**

№ пор.	Основні фактори успіху	Значимість факторів
1	Ціна	0,20
2	Умови оплати	0,16
3	Якість	0,09
4	Трансфери	0,09
5	Активність просування	0,06
6	Асортимент туристичних послуг	0,05
7	Сервіс	0,06
8	Імідж	0,09
9	Фінансова стійкість	0,04
10	Умови й терміни обслуговування	0,16
Сумарна значимість факторів		1,00

На другому етапі визначають поточний стан конкурентостійкості підприємства за допомогою методу ідеальної точки. Аналізоване підприємство порівнюють з умовним еталонним (яке має найкращі результати за всіма порівнюваними показниками) з допомогою математичного співвідношення:

$$K = \frac{1 - X_{1j}}{2} + \frac{1 - X_{2j}}{2} + \dots + \frac{1 - X_{nj}}{2}, \tag{2}$$

$$X_{ij} = \frac{a_{ij} - \min a_{ij}}{\max a_{ij} - \min a_{ij}}, \tag{3}$$

де  $K$  — узагальнюючий показник поточного стану конкурентостійкості  $j$ -го підприємства;

$X, X_{2j}, \dots, X_{nj}$  — стандартизовані показники конкурентостійкості  $j$ -го підприємства;

$a_{ij}$  — початкові одиничні показники конкурентостійкості  $j$ -го підприємства;

$n$  — кількість одиничних показників конкурентостійкості.

На третьому етапі розраховують показник поточного стану конкурентостійкості підприємства. Ця оцінка охоплює всі найважливіші аспекти господарської діяльності, виключає дублювання окремих показників, дає змогу швидко й об'єктивно з'ясувати становище підприємства на ринку. Під час оцінювання порівнюють показники, отримані за однакові проміжки часу, що уможлиблює застосування цього методу як варіанта оперативного контролю окремих підсистем підприємства [6—8].

Оцінимо ступінь наявності факторів успіху серед конкурентних переваг підприємств трьох досліджених сегментів ринку (центральної (степової) частини, узбережжя та гірської частини Криму), використавши матрицю “Якість послуги / Ціна послуги”.

Для визначення першої координати матриці скористаємось типологією елементів обслуговування Кедотта — Терджена [9], в основу якої покладено карту якості обслуговування (табл. 3). У рядках таблиці наведено елементи обслуговування, у стовпцях — параметри оцінки досягнутого рівня якості.

**Таблиця 3. Карта якості обслуговування (еталонна)**

№ пор.	Зміст і характеристика елемента обслуговування	Оцінка сприйняття елемента обслуговування		
		Немає	Виконано не-правильно	Виконано правильно
1	2	3	4	5
<b>Розділ 1. Критичні елементи обслуговування</b>				
1.1	Безпека проживання	Обслуговування неприпустиме	-5	5
1.2	Здорова їжа		-5	5
...	...		...	...
<b>Розділ 2. Нейтральні елементи обслуговування</b>				
2.1	Колір уніформи	-2	0	
2.2	Колірна гамма інтер'єру в номері	-2	-1	
...	...	...	...	

## Закінчення таблиці 3

1	2	3		
Розділ 3. Елементи, що приносять задоволення				
3.1	Квіти і цукерки в номері безкоштовно	0	-1	2
3.2	Жива музика в холі	0	-1	1
...	...	...	...	...
Розділ 4. Елементи обслуговування, які викликають розчарування				
4.1	Громадські туалети в холі	-3	-1	0
4.2	Культура персоналу		-3	0
...	...	...	...	0

Перший параметр оцінки (РЖі) — рівень жалю, тобто емоціональний настрій споживача, викликаний відсутністю  $i$ -го елемента у процесі обслуговування.

Другий параметр (РНі) — рівень емоційного настрою споживача, зумовленого неправильним виконанням  $i$ -го елемента.

Третій параметр (РПі) — рівень емоційного настрою споживача з приводу правильно виконаного  $i$ -го елемента.

Всі три характеристики зазначаються в балах за певною шкалою — єдиною або встановленою для кожного елемента обслуговування окремо.

Елементи обслуговування в карті якості згруповано за розділами відповідно до типології Кедотта — Терджена (критичні, нейтральні, ті, що приносять задоволення, і ті, що викликають розчарування). При нормуванні заповнюють усю карту (за винятком затінених комірок), при індивідуальному оцінюванні в кожному рядку заповненою буде лише одна комірка відповідно до фактичного рівня сприйняття елемента обслуговування.

Оцінка якості обслуговування тільки на основі даних карти якості залишає за межами розгляду фактори внутрішньої готельної обстановки — гостинність і внутрішньовиробничі відносини. Ці фактори не можливо нормувати, але необхідно враховувати вплив їх фактичного рівня на сприйняття клієнтом наданого обслуговування і, отже, на оцінку якості останнього.

Для визначення індексу споживчої задоволеності (показника якості в матриці поточної конкурентостійкості досліджуваних підприємств) було проведено анкетування 108 споживачів туристичних послуг. Респонденти оцінювали:

— важливість десяти запропонованих складових роботи готелю за п'ятибальною системою;

— якість цих складових за п'ятибальною системою.

Таке опитування споживачів було проведено в готелях, розташованих практично в усіх регіонах Криму.

У табл. 4 узагальнено дані анкетування клієнтів підприємств СЗТ першого кластера (центрального регіону Криму). У стовпцях I і II наведено результати опитування споживачів щодо важливості готельних послуг

для задоволення їхніх запитів і потреб. При цьому в стовпці I подано середнє значення оцінки важливості кожного компонента дерева задоволеності, а в стовпці II — відповідну значимість (вагомість) компонента для споживача порівняно з іншими запропонованими йому компонентами.

**Таблиця 4. Обстеження задоволеності споживачів роботою готелів центрального регіону Криму (дерево задоволеності споживачів)**

Основні складові роботи готелю	Важливість для споживачів компонентів дерева		Оцінка якості					Загальна сума (стовпці III—VII)	Середнє значення оцінки якості	Індекс споживчої задоволеності, %
	$B_i$	$\frac{B_i}{\sum B_i} \cdot 100$	5	4	3	2	1			
	I	II	III	IV	V	VI	VII			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Приєм на рецепції	5	10,80	27	49	25	7	0	108	4,20	78,00
Наявність паркування	4,3	9,29	13	22	44	18	11	108	3,32	56,00
Кондиціонер у номері	2,5	5,40	17	47	41	3	0	108	4,02	73,50
Доступ до Інтернету	4	8,64	0	7	52	35	14	108	2,68	40,00
Чистота в номері	4,8	10,37	48	47	13	0	0	108	4,67	89,75
Кількість туристичних послуг	4	8,64	22	27	58	1	0	108	3,94	71,50
Наявність додаткових послуг	3,1	6,70	39	38	29	2	0	108	4,38	82,50
Організація харчування в ресторані	4,6	9,94	27	41	30	8	2	108	4,07	74,75
Географічне розташування готелю	5	10,80	81	13	14	0	0	108	4,87	95,75
Можливість бронювання номера	4,5	9,72	42	45	14	7	0	108	4,46	84,50
Професійна придатність персоналу	4,5	9,72	28	45	27	8	0	108	4,17	77,25
Підсумок (абсолютне значення суми чисел у стовпці)	46,3	100,00	344	381	347	89	27	1188	44,78	823,50
Підсумок (середнє значення суми чисел у стовпці)			31,3	34,6	31,5	8,1	2,5	108	—	—
Середні значення оцінки роботи та відповідного ступеня споживчої задоволеності									4,07	74,86



За даними табл. 4, найважливішою складовою готельної послуги всі опитувані вважають привітний прийом на рецепції, тому оцінили цей компонент дерева у 5 балів. Відповідно середнє значення оцінки важливості для споживача зазначеного компонента також дорівнює 5. Практично такими ж важливими в очах респондентів є чистота в номері та організація харчування в ресторані (наявність екологічно чистих продуктів харчування, страв національної кухні).

Аналогічні опитування було проведено серед клієнтів готелів, розташованих на узбережжі та в гірській частині Криму — кількість респондентів становила відповідно 56 і 50 осіб. Середні значення оцінки якості в цьому випадку дорівнювали відповідно 4,07 та 3,78 бала; індекс споживчої задоволеності — 74,86 та 72,96 %.

Таке порівняння після належної оцінки різних компонентів дерева задоволеності (аналізу конкурентоспроможності продукту) показує переваги і недоліки продукту, що випускається, і дає змогу окреслити шляхи поліпшення його якості з метою утримання наявних клієнтів компанії та залучення клієнтів конкурента.

Оцінювання ступеня наявності факторів успіху у досліджуваних підприємств СЗТ Криму було проведено за десятибальною шкалою. Відповідно до досягнутого поточного рівня конкурентостійкості було здійснено ранжування підприємств (табл. 5).

Аналіз досягнутого поточного рівня конкурентостійкості підприємств показує, що у всіх трьох досліджуваних сегментах ринку на перших місцях за ступенем наявності факторів успіху в конкурентних перевагах перебувають ті підприємства СЗТ Криму, яким належать найбільші частки ринку за обсягами наданих послуг, якістю обслуговування, комплексністю туристичного продукту (кількістю та різноманітністю туристичних послуг).

**Таблиця 5. Ранг підприємств СЗТ відповідно до досягнутого поточного рівня конкурентостійкості**

Виробник	Ступінь наявності факторів успіху в конкурентних перевагах	Ранг підприємства
1	2	3
Сегмент "Сільський зелений туризм центральної частини Криму"		
Маєток "Керменчик"	8,36	1
Садиба "Алімова Балка"	8,09	2
Гостьовий будинок "Соколине"	7,91	3
Турбаза "Біля гірської річки"	7,72	4
Гостьовий будинок "Зелений дворик"	7,00	5
Міні-готель "Діляра-ханум"	6,73	6
Готель "Ашлама-Сарай"	5,72	7
Садиба "Сонячний Вітер"	5,46	8
Кемпінг "У горах у Ізабелли"	5,27	9
Садиба "Загублений світ"	5,27	10
Садиба "Гостинний дім у Ніни"	5,27	11
Садиба "Бельбек"	5,18	12

Закінчення таблиці 5

1	2	3
Сегмент “Сільський зелений туризм узбережжя Криму”		
Садиба Шатілова	4,09	1
Садиба “Олександрія”	3,73	2
Готель-садиба “Ларине”	3,00	3
Садиба “Кефалі Вріс”	2,73	4
Садиба “Ладья”	2,27	5
Садиба “Відрада”	2,00	6
Садиба Кесслера (Ферсмана)	1,64	7
Сегмент “Сільський зелений туризм гірської частини Криму”		
Гостьовий дім “У Гульнари”	2,45	1
Гостьовий будинок “Смерека”	2,36	2
Садиба “Білий острів”	2,36	3
Приватний пансіонат “Байдари”	2,36	4
Кінноспортивна база “Станиця Вільна”	2,36	5
Садиба “Розенталь”	2,27	6

Побудуємо матрицю поточного рівня конкурентостійкості підприємств для всіх трьох сегментів сільського зеленого туризму, де по осі ОУ відображено комплексну відносну оцінку якості наданої туристичної послуги (за ступенем присутності факторів успіху в конкурентних перевагах), по осі ОХ — відносну ціну туристичної послуги (рис. 3).

Як видно з рис. 3, найвищий рівень конкурентостійкості мають підприємства першого кластера, які надають комплексні туристичні послуги в сегменті “Сільський зелений туризм центральної частини Криму”. Це пояснюється досить значним розміром підприємств та наявністю у них великого асортименту послуг. Проте досягнутий ними рівень конкурентостійкості дещо знижується внаслідок ускладненого доступу до моря.

Середній рівень конкурентостійкості мають підприємства сегмента “Сільський зелений туризм узбережжя Криму”, які за показником “Ступінь наявності факторів успіху в конкурентних перевагах” випереджають підприємства інших кластерів завдяки своєму географічному положенню, що зумовлює їх більшу привабливість для потенційних клієнтів.

Найнижчу конкурентостійкість мають підприємства сегмента “Сільський зелений туризм гірської частини Криму”. Це пояснюється насамперед недостатньо високим рівнем якості та вузькою спеціалізацією надаваних ними послуг, що обмежує кількість потенційних споживачів, а також вузьким асортиментним рядом туристичних послуг порівняно з лідерами ринку.

Слід зазначити, що не менш важливими для встановлення лідерства на ринку показниками є розгалужена система трансферів туристів, наявність додаткових послуг, система обслуговування клієнтів, підвищення іміджу підприємства.

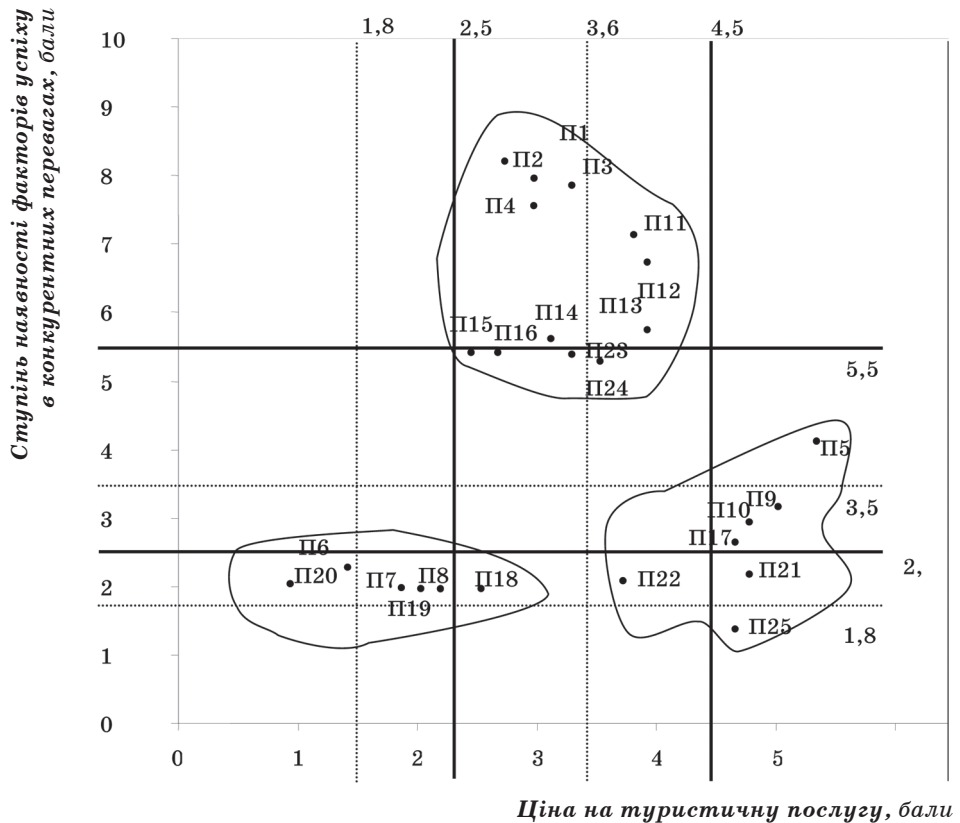


Рис. 3. Позиціонування підприємств сільського зеленого туризму Криму

Слабкою стороною роботи більшості досліджуваних туристичних підприємств є складність оплати та бронювання їхніх послуг через Інтернет, хоча за умови вирішення цієї проблеми вони змогли б розширити свою присутність не тільки на внутрішньому, а й на міжнародному ринку.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. — М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. — 224 с.
2. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев., А.П. Челенков. — М. : Новости, 2000. — 256 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. — 7-е изд., испр. и доп. — М. : Дело, 2005. — 448 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Жан-Жак Ламбен. — СПб. : Питер, 2007. — 800 с.
5. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента / Г.Я. Гольдштейн. — 2-е изд., перераб. и доп. — Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2003. — 230 с.
6. Розвиток внутрішніх ринків в Україні: добробут завдяки конкуренції. — К. : Альфа-принт, 2004. — 91 с.
7. Нельсон Р.Р. Эволюционная теория экономических изменений : монография / Р.Р. Нельсон, С.Дж. Уинтер ; пер. с англ. Каждан М.Я. ; науч. ред. пер. Макаров В.Л. — М. : Дело, 2002. — 536 с.

8. Черненко С.О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні : монографія / С.О. Черненко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — 171 с.

9. Лесник А.Л. Методика проведения маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе / А.Л. Лесник, М.Н. Смирнова. — М. : ООО “САС ПЛЮС”, 2002. — 126 с.

*Надійшла до редакції 12.02.2013*

**Кулик А.В.** *Анализ конкурентоустойчивости предприятий сельского зеленого туризма Крыма.*

В статье проанализировано текущее состояние конкурентоустойчивости предприятий сельского зеленого туризма Крыма, выявлены факторы, влияющие на конкурентоустойчивость. Осуществлена оценка конкурентоустойчивости предприятий сельского зеленого туризма, которые размещены в центральной, горной частях Крыма и на его побережье.

*Ключевые слова:* сельский зеленый туризм, конкурентоустойчивость, кластерный анализ, центральная часть Крыма, горная часть Крыма, побережье Крыма

**Kulik A.V.** *Analysis of the competition resistance of rural tourism businesses in Crimea.*

In this article current competition resistance of enterprises in the sphere of rural green tourism in Crimea is analyzed. Main factors that influence competition resistance are determined. The evaluation of competition resistance of enterprises in rural green tourism that are located in the central, mountainous part of the Crimea and on its coast is done.

*Keywords:* rural green tourism, competition resistance, cluster analysis, central part of Crimea, mountainous part of Crimea, coast of Crimea