

Исследование состояния средств размещения курорта Сочи на современном этапе

Светлана Анатольевна Нефедкина

Сочинский государственный университет, Российская Федерация
354003, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а.
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: mca2001@mail.ru

Аннотация. В статье дается анализ основных тенденций развития сектора туристско-рекреационной системы г. Сочи – средств размещения – в период подготовки к проведению Зимних Олимпийских и Паралимпийских Игр 2014 года. Особое внимание уделяется проведенному в рамках проекта TEMPUS маркетинговому исследованию на основе социологического опроса потребителей туристских услуг и туроператоров по вопросам потребительских предпочтений в средствах размещения. Результаты исследования определяют объективные причины развития сектора средств размещения за счет повышения качества и увеличения количества средств размещения повышенной комфортности.

Ключевые слова: средства размещения; заполняемость; номерной фонд; социологический опрос; «звездность»; отели повышенной комфортности.

Введение. Предстоящие события мирового масштаба – Зимние Олимпийские и Паралимпийские Игры 2014 года – еще в 2007 году заставили местные власти г. Сочи задуматься об объеме и качестве средств размещения курорта. В настоящее время четко прослеживается тенденция развития Сочи как модного фешенебельного курорта и центра делового туризма. Однако среди более, чем в 210 учреждениях отдыха и санаторно-курортного лечения на 69325 мест, единицы соответствуют необходимому для такого курорта уровню.

Вопрос обеспечения необходимого количества и качества средств размещения актуален не только в период подготовки и проведения Олимпийских и Паралимпийских Игр-2014, он останется не менее острым в перспективе развития Сочи как международного туристского центра.

Из почти 120 учреждений круглогодичного действия уровню «5 звезд» соответствует лишь несколько гостиниц, 10 гостиниц можно отнести к уровню «3-4 звезды» («Жемчужина», «Дагомыс» и некоторые другие), остальные – малокомфортные учреждения с устарелой материальной базой и аналогичным низким качеством обслуживания туристов и отдыхающих. Таким образом, лишь немногие сочинские отели удовлетворяют возросшие потребности и запросы российских туристов. До недавнего времени значительная часть гостиниц и пансионатов продолжает оставаться в запущенном состоянии.

Кроме того, побывавшие за границей российские туристы не могут удовлетвориться наличием обшарпанных стен, жестких кроватей, удобств на этаже и однообразным питанием. Следует заметить, что отсутствие собственных бассейнов в большинстве средств размещения также снижает их туристскую привлекательность.

В послекризисный период количество отдыхающих в г. Сочи сократилось, по сравнению с 1987 годом, в 5 раз: так, если в 1987 году Сочи принимал 4,5 млн. туристов, то в 2005 году эта цифра составила только 0,9 млн. Уже в 2012 году руководство города заявило о привлечении к отдыху 4,5 млн. человек, 450 тыс. из которых – посетители горнолыжных курортов (три таких курорта уже открыли прием гостей) [10].

Несмотря на смелые прогнозы властей, в курортном сезоне 2012 года в Сочи отдохнуло лишь 2,5 млн. человек – по сравнению с 2011 годом, этот показатель превышен только на 3,5 % [8]. Несомненно, общее увеличение потока туристов и растущий интерес к отдыху в Сочи связаны с подготовкой города к проведению Олимпийских игр. Такому увеличению не помешала реконструкция более 30 здравниц и «олимпийское строительство».

Всем объектам размещения в Сочи, в зависимости от различных характеристик (сервиса, уровня развития инфраструктуры и др.), присваивается «звездность». Персонал гостиниц

повсеместно обучается английскому языку. Все это должно привести к новому качественному уровню отдыха на курорте.

Постановлением Правительства РФ, г. Сочи в 1997 году получил статус «специального эколого-экономического района») [7]. Принятое Постановление об особом статусе г. Сочи сыграло заметную роль в повышении популярности Сочи как престижного курортно-туристского центра. Анализ загрузки номерного фонда показал, что в летний сезон 2012 года она составила 120-130 %, а в среднем за год - 30 %.

В рамках концепции развития Сочи как курорта федерального и международного значения, реализуемой в соответствии с Федеральной целевой программой «Развитие г. Сочи как горноклиматического курорта (2006-2014 годы)» и «Стратегией инвестиционного развития муниципального образования город-курорт Сочи до 2020 года» [9], предусмотрено увеличение числа круглогодичных мест в гостиницах и пансионатах до 70-80 тыс. мест, создание в Красной Поляне горноклиматического курорта, устранение сезонного характера загрузки за счет развития зимних видов отдыха, индустрии развлечений, яхтинга, событийного и конгрессного туризма, привлечения иностранных инвестиций [5; с. 26].

Благодаря участию г. Сочи в «олимпийском проекте», до настоящего времени активно решаются вопросы модернизации санаторно-курортных учреждений, которые были построены десятки лет назад, интенсивно возводятся новые отели и малые частные гостиницы на 6-12 номеров, как правило, с бассейном и сауной. Эта тенденция, активно поддерживаемая сочинской городской администрацией, проявляется все более отчетливо и через 2-3 года эти гостиницы станут достаточно самостоятельной отраслью сочинского курортно-туристского бизнеса. Отсутствие пляжа, при современном менталитете иностранных туристов, давно уже в большинстве своем предпочитающих купание в бассейне отеля, сегодня не является принципиальным недостатком отеля.

По неофициальным данным, сегодня в Сочи имеется 30-50 частных гостиниц вместимостью от 30 до 100 мест, которые, благодаря неплохому сервису и доступным ценам, начинают конкурировать с крупными санаториями. Однако официально они не считаются гостиницами, поэтому многие из них не работают с туристскими компаниями, а принимают клиентов «с улицы».

Несомненным положительным моментом отдыха в Сочи является ценовой показатель: сочетание рекреационного отдыха с выездом на высокогорный курорт «Красная Поляна» для отечественных, да и для иностранных посетителей, будет не так дорог, как на европейском курорте. Красная Поляна является естественным природным амфитеатром для создания специализированных горнолыжных трасс, как для спортсменов, так и любителей горнолыжного спорта.

В Сочи сегодня наблюдается резкая дифференциация отдыха. Это либо очень дорогой отдых, либо очень дешевый отдых. При этом на «очень дорогой» отдых в период трех летних месяцев курортного сезона спрос удовлетворен не более чем на 30%. Уникальный туристский потенциал Сочи отвечает современным запросам отечественной и иностранной клиентуры. Однако слабой стороной курорта продолжает оставаться низкий уровень обслуживания в учреждениях отдыха и сфере ресторанного бизнеса.

По мнению представителей туристского бизнеса, в Сочи сегодня все больше и больше едет людей с опытом зарубежного отдыха и имеющих соответствующие требования. Тем не менее, по оценкам туроператоров, европейскому уровню комфорта, под которым понимается наличие уютных номеров со всеми удобствами, качественного и разнообразного питания, медицинского обслуживания, развлечений, достойного сервиса, в Сочи соответствует не более 10% от всех ныне существующих учреждений отдыха [1; с.63].

Недостатками в работе подавляющего большинства работающих ныне в Сочи учреждений отдыха является:

- ✓ слабая подготовка персонала;
- ✓ откровенное пренебрежение к современным маркетинговым способам и методам продвижения своего гостиничного продукта;
- ✓ нехватка высококомфортабельных номеров;
- ✓ недостаточный спектр дополнительных услуг, в том числе в области сельского туризма.

Традиционны для Сочи транспортные проблемы, в том числе доступности самого курорта из других регионов в разгар сезона.

На этом фоне появление новых отелей с новыми концепциями и подходами в своей работе на рынке являет собой перспективную линию, направленную на удовлетворение конкретных интересов конкретных потребительских групп.

Материалы и методы. Основными информационными источниками при подготовке данной статьи являлись материалы исследований туристских рынков, проводимых совместными усилиями российских вузов-участников проекта TEMPUS в рамках разработки образовательных программ высшего профессионального образования (бакалавр, магистр) в области сельского туризма. При этом были использованы различные маркетинговые, социологические, статистические методы проведения и оценки результатов исследований.

Обсуждение. В рамках вышеуказанного проекта TEMPUS летом 2012 года на базе кафедры административного управления и региональной экономики Сочинского государственного университета было проведено маркетинговое исследование методом социологического опроса, с целью выявления мнений отдыхающих, посетивших курорт Сочи, об отдыхе. Было опрошено около 1000 респондентов, исследовано 47 направлений: в том числе 20 - по оценке состояния курорта, 27 - по ожиданиям туристов.

Структура респондентов по полу: 58 % - женщины, 42 % - мужчины.

Структура респондентов по возрасту: до 20 лет – 2 %; 20-25 лет – 6 %, 25-30 лет – 11 %, 30-35 лет – 17 %, 35-40 лет – 24 %, 40- 50 лет – 27 %, старше 50 лет – 13 %.

Таким образом, 64 %, или 2/3, респондентов относятся к категории старшей возрастной группы.

Опрос проводился в 16 курортно-туристских учреждениях г. Сочи 4 типов:

1. Отели и пансионаты повышенной комфортности (3-4 звезды).
2. Отели и пансионаты с лечением (2-3 звезды).
3. Ведомственные санатории.
4. Периферийные курортно-туристские учреждения.

Распределение респондентов по месту постоянного проживания представлено в таблице 1. Анализ данной таблицы показывает, что 36 % отдыхающих прибыло в г. Сочи из Москвы, причем, 62,9 % этой категории разместились в отелях повышенной комфортности. Отели повышенной комфортности пользовались спросом преимущественно у представителей центров субъектов Федерации, относящихся к категории промышленных городов.

Таблица 1.

**Распределение респондентов опроса об особенностях отдыха
в г. Сочи по месту проживания {2; с. 80}**

Город	Средства размещения				г. Сочи, %
	Отели «3-4 звезды», %	Отели «1-2 звезды», %	Ведомственные санатории, %	Периферия (Лазаревское), %	
Москва	28,9	34	30	1,9	36
С.-Петербург	1,6	6	-	1,1	7
Краснодар	0,5	12	-	3,8	7
Ростов	4,5	8	-	54,5	12
Екатеринбург	4,2	4	-	1,8	5
Тюмень	20,9	4	10	3,5	3
Новосибирск	5,0	-	-	-	-
Волгоград	4,7	3	20	0,6	2
Самара	2,6	3	15	-	3
Томск	5,2	1	1	-	2
Челябинск	11,8	1	-	-	4
Красноярск	2,5	2	10	-	2
Кемерово	2,4	1	-	-	-
Ульяновск	1,1	-	-	-	-
Оренбург	0,8	-	-	-	-
Барнаул	0,8	-	-	-	-
Казань	1,0	-	-	-	-
Норильск	0,4	-	-	-	-
Саратов	0,6	1	-	-	-

Город	Средства размещения				г. Сочи, %
	Отели «3-4 звезды», %	Отели «1-2 звезды», %	Ведомственные санатории, %	Периферия (Лазаревское), %	
Н. Новгород	-	3	-	-	2
Ставрополь	-	3	-	1,7	-
Омск	-	2	-	-	-
Тольятти	-	1	-	-	-
Петропавловск- Камчатский	0,7	-	-	-	-
Мурманск	-	-	5	0,3	-
Воркута	-	-	5	-	-
Якутия	-	-	-	24,4	-
Тула	-	-	-	1,2	-
Рязань	-	-	-	1,1	-
Хабаровск	-	-	-	0,8	-
Иркутск	-	-	-	0,8	-
Архангельск	-	-	-	0,6	-
Пенза	-	-	-	0,5	-
Курск	-	-	-	0,5	-
Прочие	-	11	5	0,9	4

Отметим, что в отелях категории «2-3 звезды» в строке «Прочие» 11 % респондентов отказались указывать место своего проживания. Кроме того, 92 % всей совокупности респондентов отказались указать средний доход на одного члена семьи и категорию номера, в котором проживают - категория лиц, проживающих в отелях «3-4 звезды», является наименее контактной по предоставлению информации, касающейся вида деятельности, доходов, состава семьи и других сведений.

Распределение респондентов по времени пребывания, в процентах от общего количества опрошенных, в различных типах курортно-туристских учреждений представлено в таблице 2:

Таблица 2.

**Распределение респондентов опроса об особенностях отдыха
в г. Сочи по времени пребывания {2; с. 81}**

№ п/п	Типы курортно-туристских учреждений	Время пребывания (дни), %				
		2-3	До 7	до 14	до 18	до 24 и выше
1.	Отели «3-4 звезды»	26,7	67,1	6,0	0,8	—
2.	Отели «2-3 звезды»	12,4	61,1	16,2	9,3	1,0
3.	Ведомственные санатории	—	4,6	36,0	37,4	22,0
4.	Периферийные курортно-туристские учреждения	6,0	32,4	52,2	6,4	3,0

Анализ таблицы 2 позволяет определить очевидность общей тенденции сокращения периода отдыха на курорте Сочи. Характерно, что в отелях повышенной комфортности свыше трети опрошенных ограничили время своего пребывания двумя-тремя днями. Можно предположить, что данная категория респондентов имеет значительные доходы, при которых транспортная составляющая в структуре затрат на отдых ими рассматривается как несущественная. Главной же мотивацией является достаточно распространенная модель отдыха «в Сочи - на две ночи».

Следует отметить возмущающее воздействие на данный показатель проведения в период опроса международного кинофестиваля «Кинотавр», значительная часть участников которого размещается, как правило, в отелях «Жемчужина» и «Рэдиссон САС Лазурная». Однако экспертный опрос обслуживающего персонала этих отелей подтверждает закономерность кратковременного периода пребывания гостей, проживающих в этих отелях [3; с. 15].

Респонденты с коротким периодом пребывания (до 7 дней) отметили следующие недостатки:

- ✓ отсутствие бассейнов с разным уровнем подогрева воды;
- ✓ низкий уровень развития ресторанного бизнеса;
- ✓ наличие высоких цен на предоставляемые услуги;
- ✓ устарелость предоставляемой на прокат оргтехники;
- ✓ задержки по времени предоставляемых услуг;
- ✓ недостаточная оснащённость пляжей инвентарем и оборудованием;
- ✓ отсутствие экспресс-диагностирующей здоровье аппаратуры.

Отметим, что данная категория ожидает получения всего комплекса услуг непосредственно по месту своего проживания. При этом посещения в порядке экскурсий различных местных достопримечательностей, концертов, театральных представлений, парков, ресторанов и т. п. в программу их пребывания не входят.

Значительная часть отдыхающих в отелях повышенной комфортности со сроком пребывания свыше 7 дней указывает на недостаточность или полное отсутствие условий для отдыха с детьми в возрасте до 12 лет:

- ✓ отсутствуют «лягушатники»;
- ✓ отсутствуют игровые комнаты;
- ✓ отсутствует подготовленный для работы с детьми обслуживающий персонал;
- ✓ отсутствует культура дорожного движения и т. д.

Отели повышенной комфортности пользуются повышенным спросом, в том числе в «низкий» сезон. В «низкий» сезон пиковая загрузка отмечается в рождественские и новогодние дни, а также в каникулярное время и праздничные даты, соотносимые с выходными днями.

Серьезным источником получения дополнительных доходов и загрузки номерного фонда в «низкий» сезон является проведение крупных конгрессов, конференций, съездов и симпозиумов, которые, как правило, проводятся в отелях повышенной комфортности, располагающих большим залом для пленарных заседаний емкостью до 500 мест и 4-5 малыми залами для секционных заседаний (до 70 мест каждый), оборудованных средствами синхронного перевода [6; с. 215].

Заполняемость курортно-туристских учреждений по сезонам: «высокий» (июнь-октябрь), «низкий» (ноябрь - май) представлена в таблице 3:

Таблица 3.3.

**Заполняемость курортно-туристских учреждений
г. Сочи по сезонам [2; с. 82]**

№п/ п	Тип курортно-туристского учреждения	Сезон	
		«высокий»	«низкий»
1.	Отели 3-4 звезды	100,0	70,0
2.	Отели 2-3 звезды	90,0	50,0
3.	Ведомственные санатории	90,0	50,0
4.	Периферийные курортно-туристские учреждения	70,0	20,0

В г. Сочи в настоящее время специализируются на проведении конгрессных мероприятий только два центра: «Дагомыс» и санаторий «Радуга».

Итак, 96 % опрошенных в качестве основных достопримечательностей в Сочи отметили море и горы. В тоже время 64 % указало на отсутствие на возможности получения услуг по прокату автомобилей, яхт, лодок, водных велосипедов, катание на водных лыжах, плавания с аквалангом и т. д. В свободной графе анкеты один из респондентов сравнил Сочинское побережье по признаку отсутствия на море плавсредств с береговой зоной южного континента - Антарктиды.

Ряд респондентов (16 человек) указали на необходимость организации вертолетных прогулок по побережью и по предгорьям Главного Кавказского хребта, развитие дополнительных услуг сельского туризма.

Также в рамках данного исследования был проведен опрос более 50 московских и региональных (Санкт-Петербург, Москва, Сочи, Нижний Новгород) туроператоров, который показал (по специальной анкете), что в среднем 15 % обращений клиентов при покупке путевки в г. Сочи ориентировано на высококомфортный отдых. Более 50 % респондентов отмечают интерес большинства клиентов к условиям проживания. Клиентов интересует, давно ли был ремонт в том или ином гостиничном предприятии, каково питание, какой пляж и есть ли

бассейн. Более половины обращающихся за путевками - это семьи или матери с детьми и с соответствующими запросами, относительно условий и предложений по удобствам и услугам, ориентированным на отдых детей с родителями (в т. ч. проявляется интерес к возможностям инфраструктуры, системе «все включено»).

Нужно также принять во внимание и то, что не менее 5 % жителей РФ являются потенциальными клиентами г. Сочи [4; с. 174]. Респонденты отмечают большую степень неудовлетворенности спроса в разгар сезона на номера и отели повышенной комфортности. Причем эта тенденция усиливается в последние три года. Сегодня 55 % посетителей прибывают на курорт, в среднем, на две недели и на более короткий срок. У современной и потенциальной клиентуры четко выражена тенденция и желание не только оздоровиться, но подлечиться, использовать лечебные возможности курорта, т. е. возможности его лечебных учреждений, получить незабываемые ощущения.

Результаты. Как показало маркетинговое исследование в рамках данного проекта, общая конъюнктура Сочи на российском и международном туристских рынках складывается как весьма благоприятная, благодаря следующим внешним и внутренним факторам:

- ✓ уникальность многопрофильного курорта;
- ✓ придание Сочи особого статуса эколого-экономического района;
- ✓ выигрыш Зимней Олимпиады 2014 года и четко выраженная тенденция превращения Сочи в фешенебельный модный курорт
- ✓ неудовлетворенный спрос на потребности российских туристов в высококомфортном отдыхе;
- ✓ явно недостаточное количество отелей высокой комфортности с разнообразным спектром услуг. В том числе в области сельского туризма;
- ✓ перспективность для привлечения иностранной клиентуры.

Заключение. Таким образом, проведенный анализ современного состояния средств размещения города Сочи, по результатам социологического исследования в рамках проекта TEMPUS, позволил определить необходимость постоянного мониторинга объема и качества средств размещения курорта с учетом требований рынка, влияния факторов внутренней и внешней среды. Такая информация важна как для потребителей туристско-рекреационного продукта, турагентов, туроператоров, так и для местных, региональных властей с целью проведения скоординированной политики в данном направлении.

Примечания:

13. Адамеску А.А., Воскресенский В.Ю. Современные тенденции развития рынка средств размещения в международном туризме // Региональная экономика: теория и практика. 2009. №6. С. 60-66.

14. Боков М.А., Кантемиров Д.А., Нефедкина С.А. и др. / Бизнес-планирование в сельском туризме. Монография. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ» 2013. С 78-83.

15. Боков М.А., Геворгян А.С., Демерчян Н.С. Стратегия развития г. Сочи как курорта мирового уровня или туристской дестинации // Известия Сочинского государственного университета. 2011. № 1. С. 13-16.

16. Лебедева Г.Н. Роль и место услуг размещения в сфере гостеприимства. // Сервис в России и за рубежом. 2011. Т.25. №6. С. 167-178.

17. Михайлова А.С., Нефедкина С.А. Анализ социально-экономических программ управления развитием санаторно-курортной отрасли региона // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. №1. С. 269-270.

18. Нефедкина С.А. Формирование конкурентоспособности санаторно-курортной отрасли с целью инновационного развития города-курорта Сочи // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. №1. С. 214-216.

19. Постановление Правительства РФ от 11.10.1997 N 1286 «Об образовании Правительственной комиссии по проблемам жизнеобеспечения и развития города-курорта Сочи// <http://www.bestpravo.ru/rossijskoje/lq-pravo/b3a.htm>

20. <http://www.blogsochi.ru>.

21. <http://docs.pravo.ru/document/view/20107383/18996640/Постановление> Администрации г. Сочи от 13 мая 2011 года № 856 «Об утверждении стратегии инвестиционного развития муниципального образования город-курорт Сочи до 2020 года».

22. <http://www.ug-komfort.su/news>.

UDC 338.24

Study of the Current State of Sochi Accommodation Facilities

Svetlana A. Nefedkina

Sochi State University, Russian Federation
354000 Sochi, 26a Sovetskaya St.
PhD (Economy), Associate Professor
E-mail: mca2001@mail.ru

Abstract. The article presents an analysis of the main trends in the development of the tourism and recreation system sector of the city of Sochi – accommodation facilities – during the period of preparation for holding the Winter Olympic and Paralympic Games 2014. Special attention is given to the marketing research, conducted as part of the TEMPUS project, based on a sociological survey of tour operators and consumers of tourism services on the issues of consumer preferences in terms of accommodation facilities. The results of the study determine objective reasons for the development of the accommodation facilities sector through improving the quality and increasing the quantity of high-comfort accommodation facilities.

Keywords: accommodation facilities; occupancy; accommodation inventory; sociological survey; hotel rating; high-comfort hotels.