



ОБЗОР САНАТОРНО-КУРОРТНОГО РЫНКА СОЧИ, РОССИЯ.

Алексей Коробкин
Старший Консультант

Маргарита Лобова
Младший Консультант



Вступление

При повышенном внимании правительства, девелоперов и делового сообщества к Сочи, нельзя не отметить, что основной интерес сосредоточен на Имеретинской низменности, а также горном кластере, где происходит основное строительство и развитие. В то же время, санаторно-курортный рынок Сочи (Центрального и Хостинского районов) остался в тени в годы подготовки к Олимпиаде 2014 и даже пострадал от репутации Сочи как Олимпийской стройки. Данный обзор будет акцентирован именно на санаторно-курортных объектах, где происходят разнообразные переходные процессы, вызванные политико-экономическими и социальными изменениями последних двадцати лет.

История Развития Курорта Сочи

Начиная с развала СССР, показатель притока в Сочи значительно пострадал, снизившись до 1 млн в год по сравнению с концом 80-х гг, когда он достигал 5 млн человек. Подобное снижение в количестве туристов обусловило переход статуса Сочи от круглогодичного курорта к сезонному.

В результате кризиса 1998 года, россияне заново обратили свое внимание на направления внутреннего туризма, и начиная с 1999 года количество отдыхающих в Сочи начало расти. Хотя, несмотря на положительные показатели, по-прежнему, многие санаторные объекты функционируют сезонно.

Политико-экономические условия, в которых развивалась страна начиная с 90-х годов, определили переход санаторно-курортного комплекса от привычных и устоявшихся принципов общедоступности, бесплатности и комплексности к рыночным условиям. При отсутствии опыта работы в условиях рыночной экономики у подавляющего большинства управляющего персонала, в последние 20 лет данный рынок развивался неосознанно и инстинктивно. Реформы санаторно-курортного комплекса страны привели к реорганизации и переформатированию источников спроса и каналов сбыта. Значительное снижение масштабов госзаказа, уменьшения финансирования в данной сфере со стороны крупных предприятий, а также переустройство Фонда социального страхования - все это повлияло на формирование новых условий игры для санаторно-курортных объектов.

Предпосылки и сдерживающие факторы развития

Сочи располагает как геоклиматическими и природными, так и культурно-историческими ресурсами, дающими возможность формирования дестинации как современного курорта, способного привлекать внимание не только со стороны внутреннего рынка, но и на международном уровне. Месторождения минеральных вод и лечебных грязей; близость к горам и возможность сочетания различных видов отдыха; сложившийся имидж Сочи, как места отдыха российской элиты, - все это положительно влияет на уровень привлекательности Сочи в глазах потенциальных гостей.

В то же время на пути преобразования Сочи в современный конкурентоспособный на международном рынке курорт, существует множество препятствий, негативно сказывающихся на развитии дестинации. Отсутствие единой, структурированной маркетинговой стратегии по продвижению Сочи как туристического направления на федеральном и международном уровне; недостаточный уровень качества предоставляемого продукта и услуг, неспособный конкурировать со схожими дестинациями; отсутствие эффективной подготовки и переподготовки кадров на всех уровнях обслуживания и управления санаторно-курортными объектами; недостаточная адаптированность менеджмента и кадровой политики к рыночным условиям ведения бизнеса; неразвитость конкурентной среды на рынке авиаперевозок и

как следствие завышенные цены и отсутствие прямого сообщения на международных направлениях; неразвитость дорожной инфраструктуры при постоянном росте нагрузки и объемов транспортных

потоков, - все эти факторы снижают развитие Сочи, как туристического направления в масштабах его потенциала.

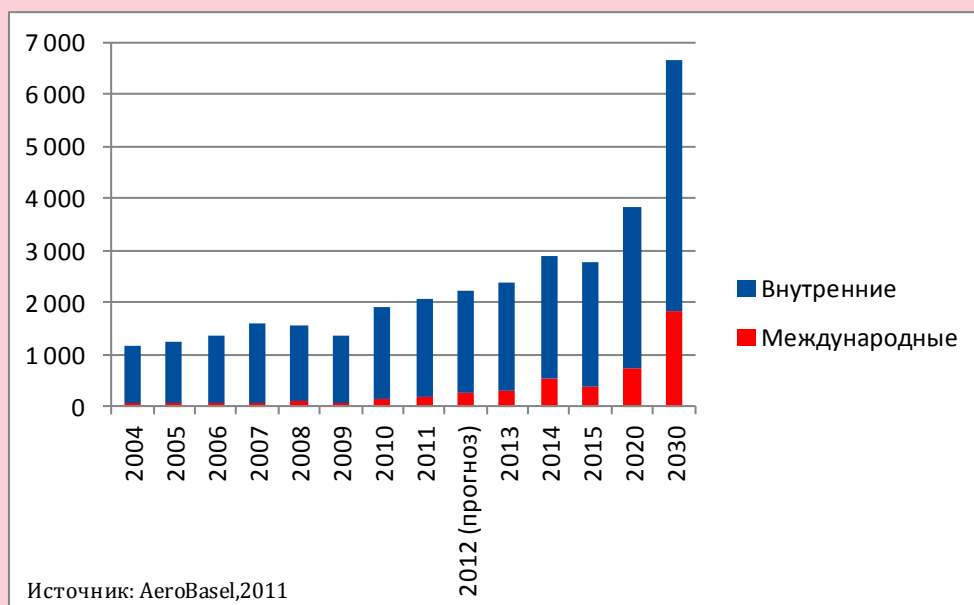
В то же время не стоит недооценивать возможности, существующие сейчас у Сочи для продвижения дестинации в связи с проведением Олимпиады и Паралимпиады 2014, а также других крупномасштабных спортивных событий международного уровня. Повышение узнаваемости дестинации и улучшение имиджа Сочи в глазах потенциальных туристов должны способствовать привлечению дополнительного турпотока. Реализация потенциала роста также возможна за счет привлечения имеющегося внутри страны спроса на качественный отдых и размещение среди платежеспособного населения, а также использование растущего интереса российских и зарубежных туристов к оздоровительным программам отдыха, минеральным источникам, талассотерапии, spa – технологиям, климатолечению.

Изменение турпотока и эволюция спроса на туристические услуги

Рассматривая данные аэропорта Адлер по пассажиропотокам как показатель, отражающий существующие тренды развития туризма в районе большого Сочи, можно отметить тот факт, что доля международных пассажирских перевозок не превышает 10%, подтверждая, что Сочи - это признанное направление для российского туриста, но по-прежнему не популярное на международном рынке. Тем не менее, ожидается заметное увеличение международных прибытий в 2014 году, отражающее интерес мировой общественности к Олимпийским играм и последующий рост этого показателя, так как одним из последствий проведения Олимпийских игр должно быть привлечение дополнительного спроса на туристические услуги в Сочи со стороны международных гостей.

Масштабные работы по реконструкции и строительству нового терминала Международного аэропорта Сочи были частично завершены еще в 2010 году и по завершению всех работ, ко времени проведения Олимпиады аэропорт сможет обслуживать до 3800 пассажиров в час. Аэропорт является одним из ключевых объектов Олимпийских игр 2014 года.

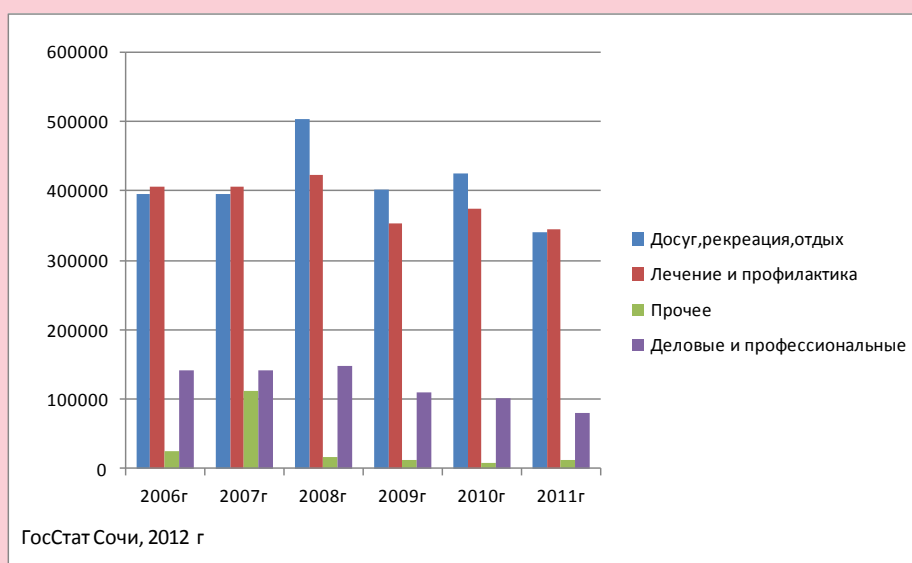
ТАБЛИЦА 1. ПАССАЖИРОПОТОК – АЭРОПОРТ АДЛЕР (000)



В связи с масштабными предолимпийскими строительными работами в Имеретинской низменности и освещением в прессе Сочи как места проведения Олимпиады 2014 без уточнения и дифференциации района, где именно сосредоточен девелопмент, страдает имидж других районов Сочи. В сознании потенциальных туристов, весь Сочи является «Олимпийской стройкой», что за последние два года отразилось на темпах роста количества отдыхающих. По данным официальной статистики, было отмечено снижение количества туристов, размещенных в объектах коллективного размещения в 2011 году по сравнению с 2010 годом на 124000 человек.

Среди общего количества приезжающих в Сочи, такие организованные средства размещения как отели и санаторно-курортные объекты пользуются спросом лишь у 35-40% туристов. При этом из всех предложенных продуктов в сфере размещения лишь 3% можно отнести к объектам, соответствующим международным стандартам. Примерно одинаковое количество туристов приезжает в Сочи с оздоровительной целью и с целью отдыха. Сегмент MICE и бизнес по-прежнему не сильно развит и на конец 2011 года составлял лишь 10% от всего спроса на рынке. Стоит отметить, что в связи с проведением Олимпийских игр и развернутым строительством, поток гостей в Сочи, приезжающих с деловыми целями увеличивается, и данная тенденция будет наблюдаться и в предстоящем 2013 году. В последующее время с завершением строительства объектов в Имеретинской низменности данные сегменты в основном будут развиваться в вышеупомянутом районе. В целом же развитие Сочи как бизнес и MICE направления будет во многом зависеть от позиционирования и продвижения дестинации Сочи на международном и федеральном уровне.

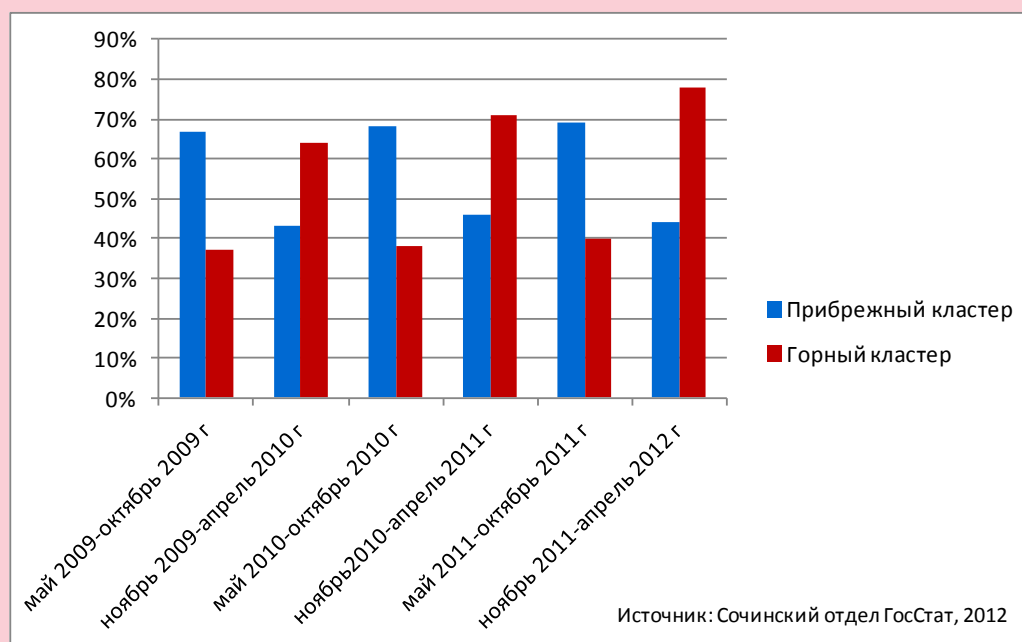
ТАБЛИЦА 2. ИЗ ЧИСЛЕННОСТИ РАЗМЕЩЕННЫХ ЛИЦ РАЗМЕЩЕНО ПО ЦЕЛЯМ ПОЕЗДОК (ЧЕЛОВЕК)



Особенностью спроса на размещение в гостиничном комплексе Сочи является ярко выраженная сезонность. В основном гостиничными услугами пользуются отдыхающие туристы, приезжающие с мая по сентябрь. Как отражено на графике в Таблице 4-8, загрузка в прибрежном кластере за последние три года в период с мая по октябрь достигает 70%, в основном за счет летних месяцев, когда гостиницы Сочи заполняются практически полностью (90-95%) с последующим снижением в сентябре и октябре. В остальные месяцы загрузка отелей не поднимается выше 45 %. Сглаживание эффекта сезонности является довольно проблематичным ввиду климатических условий и невысокой составляющей бизнес туризма на рынке Сочи. Хотя развитие и преобразование горного кластера в горнолыжный курорт международного уровня и реализация федеральной программы развития Сочи как горно-климатического

курорта должны положительно повлиять на круглогодичную посещаемость курорта, но это незначительно отразится на загрузке отелей прибрежного кластера Центрального и Хостинского районов Сочи в межсезонье.

ТАБЛИЦА 3. ЗАГРУЗКА НОМЕРНОГО ФОНДА СОЧИ ПО КЛАСТЕРАМ



Сегментами, формирующими рынок спроса Сочи, являются:

- Отдыхающие, предпочитающие летний сезон – сезон отпусков и детских каникул. Туристы в основном прибывают из Ростовской области, Краснодарского края, Ставропольского края, Москвы и Московской области. Данный сегмент спроса предпочитает в качестве размещения либо частный сектор, либо гостиницы, в зависимости от платежеспособности гостей.
- Приезжающие с лечебно-профилактической целью, в абсолютном большинстве останавливаются в санаториях и здравницах Сочи. Так как направленность отдыха не настолько зависит от климатических условий, фактор сезонности в санаториях намного более сглажен чем в гостиницах. Если в период с мая по сентябрь загрузку пансионатов обеспечивают приехавшие на лечение гости лишь на 30-60%, то в межсезонье их доля от общего числа гостей составляет до 80-100%. На рынке по-прежнему существует несколько ведомственных санаториев, принадлежащих нескольким крупнейшим российским работодателям. Данным объектам несколько проще обеспечивать круглогодичную загрузку, ввиду постоянного использования услуг санаториев сотрудниками данных компаний.
- Сегмент делового туризма основную активность проявляет в межсезонье, тем не менее в основном он сосредоточен на гостиницах предоставляющих обширные конференц площади, такие как Radisson SAS Лазурная, Жемчужина, Маринс Парк и др. Ввиду специфики лечебно-оздоровительного туризма в разрезе продолжительности проживания гостей (14 дней в среднем), размещение больших MICE групп, разбивающих графики заездов по путевкам не всегда является рентабельным, соответственно в сегментации санаторно-курортных объектов MICE туризм представлен несущественно.

- В связи с непосредственной близостью к будущим Олимпийским объектам, а также климатическими условиями, позволяющими проводить спортивные сборы для представителей летних видов спорта в межсезонье и зимой, в Сочи существует спрос на размещение спортивных групп. Данный сегмент является круглогодичным, в связи с необходимостью проводить сборы для спортивных команд в разное время года в зависимости от специфики вида спорта.

После завершения девелопмента туристическо-рекреационных объектов Имеретинской низменности, ожидается, что основная часть делового и MICE сегментов переместится в данный район Сочи и будет там развиваться в дальнейшем. Подобная тенденция будет обусловлена тем, что некоторые олимпийские объекты будут переориентированы как выставочные и конференц площадки, которые будут являться источниками формирования спроса в данных сегментах.

Существующее предложение на курортно-рекреационном рынке Сочи и его развитие

Исторически наибольшее количество санаторно-курортных и гостиничных объектов находятся в Центральном и Хостинском районах Сочи; подобная концентрация обусловлена тем, что в этих районах сосредоточены основные культурно-исторические объекты, а также источник Мацеста. В соответствии с официальной статистикой Сочи большую долю рынка предложения представляют собой санаторно-курортные объекты (80 из 184 на конец 2011 года), следующим по количеству функционирующих объектов идут гостиницы (45 из 184 на конец 2011 года.) Многие объекты, принадлежащие частному сектору (квартиры, комнаты, мини-гостиницы) также сдаются в аренду туристам, особенно в летнее время. Рассматривая рынок предложения в Сочи, соответствующий минимальным международным стандартам, мы принимаем в расчет гостиницы и некоторые санатории. Несмотря на то, что основной прирост количества гостиничных объектов ожидается в Имеретинской низменности в связи с проведением Олимпийских игр, некоторые существующие санатории, расположенные в Центральном и Хостинском районах также входят в Олимпийскую программу. Данные объекты проходят реновацию или реконструкцию для приведения их в соответствие с международными стандартами (в большинстве 3*).

На данный момент санаторно-курортный рынок Сочи (центрального и Хостинского районов) в основном предлагает потребителю размещение в объектах санаторного типа, которые хоть постепенно и обновляются, но тем не менее еще должны пройти довольно длительный путь для того, чтобы соответствовать постоянно растущим ожиданиям туристов. По-прежнему актуальны вопросы переквалификации и адаптации управленческого персонала к реалиям современного рынка, а также работы в условиях конкурентной среды. Дополнительную нагрузку почувствует рынок с приходом на него все большего количества гостиниц под управлением международных брендов, которые практически отсутствовали в Центральном и Хостинском районах Сочи прежде. Хотя большая доля международных отелей будет сосредоточена в Имеретинской низменности, а также в горных районах, реализация таких проектов как: Pullman Sochi University Plaza (4*), Courtyard by Marriott Sochi Plaza (4*), Swisotel Kamelia (5*), Regency Hyatt Sochi (5*), Park Inn Sochi City Centre (3*) и Park Inn Riviera (3*), должна будет способствовать повышению общего качества предлагаемых объектов размещения на курорте. В дополнение к упомянутым проектам, в Сочи (Центральный, Хостинский районы) заявлены к реализации следующие гостиницы, находящиеся в сегменте upscale:

- Гостиница «Звездный-2» категории 4* на 120 номеров. На территории отеля будут находиться оздоровительный центр, 5 бассейнов, 3 ресторана, конференц-залы различной вместимости
- Санаторий «Кавказская Ривьера» категории 5* на 250 номеров. На территории отеля собственный пляж, дендрарий.
- Гостиница «Приморская» категории 4* на 210 номеров

ТАБЛИЦА 4. ЗАГРУЗКА НОМЕРНОГО ФОНДА СОЧИ ПО КЛАСТЕРАМ

Название	Брэнд	Категория	Количество номеров
Park Inn Sochi City Centre		3*	160
Park Inn Riviera		3*	150
Regency Hyatt Sochi		5*	200
Swissotel Kamelia		5*	211
Pullman Sochi University Plaza		4*	150
Courtyard by Marriott Sochi Plaza		4*	345
Гостиница «Звездный-2»	NA	4*	120
Санаторий «Кавказская Ривьера»	NA	5*	250
Гостиница «Приморская»	NA	4*	210

Перспективы развития курорта

Рынок Сочи находится в стадии активного развития, изменяется не только динамика и специфика спроса на услуги размещения, но и предложение не стоит на месте. С выходом на рынок новых объектов, эволюционирует и ориентированность отелей на определенные сегменты спроса. Начинают выявляться отели, более ориентированные на ту или иную целевую аудиторию. Более направленная специализация объектов размещения позволит менеджменту и персоналу более детально и внимательно подходить к ожиданиям потенциальных гостей, что будет способствовать повышению конкурентоспособности данных объектов и соответственно улучшению общего уровня сервиса на рынке Сочи. Конкурентность также будет повышаться за счет того, что в краткосрочной и среднесрочной перспективе рост предложения превысит показатели роста спроса, и уровень предоставляемых услуг станет одним из решающих факторов гостей при выборе объекта размещения.

Помимо таких положительных факторов как повышение уровня качества предоставляемых услуг, повышение общей привлекательности и конкурентоспособности курорта, которыми сопровождаются процессы развития дестинации, стоит отметить, что показатели средней цены и загрузки объектов размещения Сочи в среднесрочной перспективе будут, несомненно, подвержены давлению. Несмотря на предстоящие замедления в росте операционных показателей, в долгосрочной перспективе ситуация на рынке сбалансируется и рынок справится с предстоящими прибавлениями к существующему номерному фонду Сочи.

На ценовую политику объектов размещения Центрального и Хостинского районов Сочи будут влиять не только запланированные к вводу объекты в рассматриваемых районах, но и значительный прирост номерного фонда в Имеретинской низменности. Он будет конкурировать с существующими отелями в основном в сегментах MICE, рекреационном туризме и размещении спортивных групп. Тем не менее, лечебно-оздоровительный сектор будет практически не затронут, ввиду иной целевой направленности объектов Имеретинской низменности.

Лечебно-оздоровительный сегмент Сочи, несомненно, имеет потенциал развития, и учитывая имеющиеся природные ресурсы, курорт мог бы конкурировать на международном уровне. С учетом происходящей в данное время реновации и модернизации имеющихся санаториев и их лечебной базы, их привлекательность как индивидуальных лечебно-оздоровительных объектов будет расти. Тем не менее, без централизованного продвижения дестинации Сочи как лечебно-оздоровительного курорта на международном и федеральном уровне, осуществление развития данного направления в масштабе его потенциала будет затруднительно.



Об HVS

HVS - ведущая в мире консалтинговая компания в сфере гостиничной индустрии, ресторанов, таймшер, казино, и индустрии развлечений. Основанная в 1980 году, компания ежегодно выполняет более 2 000 проектов, и ее клиентами являются фактически все основные участники этой отрасли. Руководители HVS признаны ведущими профессионалами в соответствующих областях земного шара. Через международную сеть, насчитывающую 31 офис, укомплектованную более чем 300 квалифицированными профессионалами в своей области, HVS обеспечивает беспрецедентный диапазон дополнительных услуг для индустрии туризма и развлечений. Для дополнительной информации относительно нашей экспертизы и специфических особенностей наших услуг, пожалуйста, посетите наш сайт www.hvs.com.

Открыв офисы в Лондоне с 1990 года и в Москве с 2007 года, HVS служит интересам клиентов в Великобритании, Европе, Ближнем Востоке и Африке (ЕМЕА). Мы оценили почти 4 000 отелей или проектов в 50 странах на всех основных рынках в области ЕМЕА для ведущих гостиничных компаний, владельцев отелей и разработчиков, инвестиционных групп и банков. Известный в качестве одного из передовых поставщиков в оценке гостиничной деятельности и технико-экономических обоснований, и благодаря знаниям, опыту и взаимоотношениям по всей Европе, HVS является специалистом по оценке для многих лучших международных банков, которые финансируют отели и портфели активов.

Об Авторах:

Алексей Коробкин получил высшее образование в сфере



Экономики и Финансов, а также в Гостиничном Бизнесе, в Швейцарии. Алексей работал в различных международных отелях Европы, США и России, после чего продолжил свою карьеру, присоединившись к компании HVS в Нью-Дели, где он на данный момент завершил многочисленные проекты по Технико-Экономическим Обоснованиям и финансовым оценкам различных отелей. С января 2011 года Алексей работает в Московском офисе компании, и выполнил проекты по оценке и технико-экономическим обоснованиям для отелей России и Украины.

Маргарита Лобова начала свою карьеру в индустрии



гостеприимства, получив степень специалиста в области экономики и менеджмента в туризме и гостиничном хозяйстве в Санкт - Петербургском Государственном Инженерно-Экономическом Университете. В то же время, она начала работать в службе приема и размещения Петро Палас

Отеля. После окончания Инженерно-Экономического университета, Маргарита продолжила расширять свои знания в индустрии получив второе высшее образование в Институте Глион, в Швейцарии. После окончания института Глион с отличием, она начала работать в гостиничной сети Шангри-Ла в Абу Даби, где за три года, она прошла путь от ресепшениста до менеджера по развитию бизнеса. В то же время Маргарита продолжала свое образование, получив сертификат Корнельского Университета по управлению доходами, и пройдя первый уровень программы сертифицированных финансовых аналитиков института CFA. С июля 2012 года Маргарита начала свою работу в московском офисе HVS Consulting & Valuation в роли Младшего Консультанта.