

400 КИЛОМЕТРОВ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ!

КУРОРТЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

A Cushman & Wakefield Publication



ОКТЯБРЬ 2013





Cushman & Wakefield, Отдел Гостиничного Бизнеса и Туризма

Марина Смирнова – Партнер, Руководитель проекта
Марина Мещерякова – Ведущий Консультант, Рецензент
Ирина Акутова – Консультант, Исследования

При участии Ричарда Тибботта – Советника Генерального Директора

400 КИЛОМЕТРОВ ВОЗМОЖНОСТЕЙ!

РАЗВИТИЕ КУОРТОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Уважаемый читатель,

Краснодарский край предоставляет возможности для долгосрочных вложений в сферы гостеприимства и развлечений на красивейшем черноморском побережье России. Правительство Российской Федерации осуществляет значительные инвестиции в развитие Краснодарского края, значительно улучшается транспортная инфраструктура: за последнее время было реализовано большое количество проектов по развитию аэропортов, железных дорог, морского и автомобильного транспорта.

Мы прогнозируем значительный рост в сфере туризма в течение ближайших 10 лет как результат позитивного маркетингового влияния стратегии экономического развития, реализуемой Администрацией Краснодарского края.

Настоящий отчет призван отразить некоторые направления кластерного развития, открывающие лучшие возможности для инвестиций. Мы выделяем 4 основные зоны, наиболее привлекательные с инвестиционной точки зрения:

- **СОЧИ** – самый большой курортный город в России, экономический центр черноморского побережья. Основное направление туризма: MICE туризм;
- **АНАПА** – традиционное направление для семейного и детского отдыха;
- **ГЕЛЕНДЖИК** – один из наиболее популярных курортов Черного моря для активного пляжного отдыха и яхтинга, ориентированный, в основном, на средний класс отдыхающих;
- **ТУАПСЕ** – направление массового и спортивного туризма.

Краснодарский край и перечисленные выше города-курорты нацелены на активное развитие туризма. Администрация Краснодарского края в настоящее время заинтересована в привлечении партнеров (инвесторов и профессиональных операторов) для достижения поставленных целей.

Мы уверены, что с комплексным подходом к развитию и с помощью знаний и опыта международных гостиничных операторов и девелоперов курорты Краснодарского побережья смогут успешно сформировать и реализовать конкурентный туристский продукт!

Отдел гостиничного Бизнеса и Туризма компании Cushman&Wakefield выражает готовность оказать содействие своим клиентам в изучении и развитии открывающихся перед ними возможностей.

Мы готовы и открыты для дальнейшего сотрудничества.

С уважением,

Марина Смирнова, MRICS
Партнер,
руководитель департамента Гостиничного Бизнеса и Туризма



КУРОРТЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ – 400 КМ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ТУРИЗМ





НАПРАВЛЕНИЕ №1 ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ

КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ – ЕДИНСТВЕННЫЙ РЕГИОН РОССИИ, ПРЕДЛАГАЮЩИЙ ВОЗМОЖНОСТИ ОТДЫХА НА ТЕПЛОМ МОРСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ. ТРАДИЦИОННО РАЗВИВАЛСЯ КАК НАПРАВЛЕНИЕ МАССОВОГО ЛЕТНЕГО ОТДЫХА И ЛЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЯ СВОИ ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ЭТИХ ЦЕЛЕЙ.

Несмотря на изменения, произошедшие в стране в начале 90-х годов прошлого века, Краснодарский край вплоть до сегодняшнего дня продолжает оставаться направлением массового туризма, экстенсивно развивающимся за счет эксклюзивного и практически бесплатного ресурса в виде теплого климата, разнообразного рельефа, минеральных источников и ранее построенной лечебной базы.

Ряд сдерживающих факторов, а именно: отсутствие налоговых льгот для санаториев, ежегодное повышение стоимости коммунальных услуг, высокая себестоимость авиабилетов, отсутствие развитой инфраструктуры курортных зон, не позволяют пока отечественным курортам выдерживать ценовую конкуренцию с зарубежными. В то же время, развитие туризма и курортов, представляющее комплексную задачу, является одним из

приоритетов Правительства края, которое поступательно пытается решать проблемы туристской отрасли. Стратегия развития туризма в Краснодарском крае, разработанная в 2006 году с участием консультантов McKinsey, предполагала качественное изменение ситуации в регионе за счет создания предпосылок формирования нового турпродукта и повышения эффективности его продвижения. Стратегия определила точки роста и планы развития новых курортных территорий в рамках четырех муниципальных образований края – Сочи, Геленджика, Анапы и Туапсе. На этой базе предполагалось сформировать специализированные кластеры как элемент маркетинга всего направления.

Несмотря на то, что базовые положения «Стратегии развития туризма» сохраняют актуальность в рамках реализации ранее разработанных сценариев, существенные из-

менения, вызванные подготовкой к проведению Зимней Олимпиады в Сочи в 2014 году, требуют обновления и/или детализации программ дальнейшего развития края и продвижения готового продукта. Настоящий обзор призван показать, в каком направлении развиваются курортные кластеры с учетом происходящих изменений, а также обозначить возможности, которые открываются в этой связи перед инвесторами.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Усредненные темпы роста потока посетителей края – 35% в год;

Второе место в РФ после Москвы по объему доходов от средств размещения;

В 2012 году объем иностранных инвестиций в экономику края составил 1,08 млрд. долларов США;

Сохраняется высокая потребность в инвестициях в инфраструктуру, в том числе, транспортную и инженерную;

Высокая сезонность спроса и недиверсифицированное предложение;

Большая доля малого бизнеса и низкокачественных объектов размещения;

Олимпийская стройка сегодня, неопределенность рыночных перспектив завтра.

Сегодня становится совершенно очевидным, что грандиозные объемы инвестиций, направленные в спортивные, гостиничные и инфраструктурные проекты, не решат застарелые проблемы курортов края, если не будут найдены механизмы эффективного управления и маркетинга построенных комплексов.





КАКОВА ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ ОЛИМПИАДЫ?

ПРЕВРАЩЕНИЕ ВСЕСОЮЗНОЙ ЗДРАВНИЦЫ В СОВРЕМЕННЫЙ ВСЕСЕЗОННЫЙ КУРОРТ ПРОИЗОШЛО СТОЛЬ СРЕМИТЕЛЬНО, ЧТО ЭТА ПЕРЕМЕНА ЕЩЕ НЕ ОСОЗНАНА МАССАМИ. ПОТРЕБУЕТСЯ СЕРЬЕЗНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ И ПРОДВИЖЕНИЮ НОВОГО ОБРАЗА СОЧИ, НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ, БЕССПОРНО, ВНЕСУТ БОЛЬШОЙ ВКЛАД В ЭТОТ ПРОЦЕСС. СЕЙЧАС МНОГИЕ ИНВЕСТИРЫ ЗАДУМЫВАЮТСЯ О «ВТОРОЙ ОЧЕРЕДИ» СТРОИТЕЛЬСТВА, ОЖИДАЯ ОТ ПОСТОЛИМПИЙСКИХ ПРОЕКТОВ «ПРЕМИИ К ЦЕНЕ» ЗА СЧЕТ ОБНОВЛЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ. БУДУТ ЛИ ОПРАВДАНЫ ЭТИ ОЖИДАНИЯ? ЭТО ВО МНОГОМ БУДЕТ ЗАВИСЕТЬ ОТ ТОГО, УДАТСЯ ЛИ СОЧИ ПОВТОРИТЬ УСПЕХ БАРСЕЛОНЫ.

Самый крупный город-курорт Краснодарского края, место проведения XII зимних Олимпийских и XI Паралимпийских Игр. Подготовка города к проведению этого мероприятия кардинально изменила ситуацию в городе, в первую очередь, в сфере транспортной инфраструктуры: были реализованы крупные проекты, в том числе те из них, которые были отложены в начале 90-х годов.

- Открылся новый международный аэропорт;
- Авиаэкспресс соединил аэропорт с центром Сочи и с горным кластером;
- Построены новые ж/д вокзалы, реновированы все ж/д станции и платформы;
- Сделаны серьезные усилия по решению проблемы пробок: построен дублер Курортного проспекта, введена в эксплуатацию третья очередь объездной дороги, связывающей Мамайку и пос. Нижняя Хобза;
- Построен грузовой порт и марина в Адлере, реконструирован пассажирский порт и Морвокзал в Центральном районе Сочи, благодаря чему Сочи вернулся в число центров круизного туризма.

Реализация этих проектов не только позволяет Сочи выйти на международный туристский рынок, но и создает уникаль-

ные преимущества курорту, максимально сокращая время в пути от аэропорта до точек зимнего катания на лыжах. В целом сочетание горные лыжи/пляжный туризм в рамках одной дестинации является дополнительным преимуществом города-курорта, имеющим ограниченное количество аналогов на международном рынке.

Проведение Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи будет способствовать активной популяризации, как Сочи, так и всего Краснодарского края как нового международного туристского направления. Кроме того, следует отметить, что проведение крупных международных мероприятий подобного уровня, как правило, влечет за собой в кратко- и средне-срочной перспективе рост индуцированного спроса со стороны как внутреннего, так и въездного туризма.

Для привлечения инвестиций в новые проекты нужна четкая программа действий, направленная на создание синергетического эффекта между сформированными кластерами. Чтобы стать «точками роста», они должны доказать возможность привлекать и удерживать новый спрос в достаточных объемах.

БОЛЬШЕ, ВЫШЕ, КАЧЕСТВЕННЕЕ

Несмотря на то, что по количеству объектов и объему номерного фонда Сочи традиционно являлся одним из лидеров внутреннего рынка, качественный уровень курортного предложения вплоть до последних дней оставался низким:

- До 2011 года в городе действовал только один отель, работающий по франшизе международного гостиничного оператора;
- Объем номерного фонда в гостиницах, которые могли бы быть отнесены к качественным объектам современного уровня, не превышал 2 тыс. единиц;
- По данным исследований, проводимых Администрацией края, рынок частного сектора в 1,5-2 раза превышает объем традиционных средств размещения, предлагающих более комплексный и развитый продукт.

В рамках подготовки Сочи к проведению Олимпийских Игр рынок средств размещения города претерпел качественные изменения. Вопреки неоднократным корректировкам объемов застройки, количество нового предложения гостиниц, построенных и открывающихся к Олимпийским играм, внушительно: всего за 2 года объем рынка качественных гостиниц практически утроился. К началу Олимпиады гостей Сочи будут готовы принять не менее 20 гостиниц под управлением профессиональных гостиничных операторов.

Судьба вновь построенных гостиниц в постолимпийский период сегодня не определена: в последние два года темпы роста предложения существенно превышали рост спроса на размещение, несмотря на наплыв специалистов, работающих на олимпийских объектах и «поддерживающих» проживанием заполнение новых и существующих объектов.

ОТ СТАРОГО СОЧИ К НОВОМУ COTE D'AZURE

С учетом географико-климатической уникальности для России, создаваемой инфраструктуры и стоимости земли, Сочи движется в направлении развития туристского продукта, сходного с предложением Cote d'Azur, привлекательного своими фестивалями, шопингом, яхтингом и MICE-туризмом в гораздо большей степени, чем пляжами и морем. Для привлечения новых групп спроса и снижения конкуренции между строящимися объектами в Большом Сочи существуют и формируются следующие кластеры:

- пляжно-развлекательный, с центром в Имеретинской низменности; сюда можно также отнести Лазаревский район в рамках отдельного субрынка;
- горнолыжный: Красная Поляна, Эсто-Садок и Лаура;
- деловой Центральный район;
- бальнеологический с центром в Хосте.

В ближайшей перспективе рынку средств размещения Сочи, очевидно, потребуются дополнительные усилия, в первую очередь маркетинговые, чтобы привлечь новые категории спроса, однако стабилизация рыночной ситуации в среднесрочной перспективе позволит инвесторам «второй волны» заработать на подготовленной Олимпиадой почве, в первую очередь, в рамках проектов развлекательного плана и жилой направленности. В этой связи мы ожидаем что:

- Развитие гостиничной базы будет проходить, в основном, за счет реконструкции существующих объектов.
- Новое строительство гостиниц в среднесрочной перспективе будет ограничено.
- Проекты «второй волны» будут капитализировать, в том числе, качество строительства и отделки.

ОПЕРАТОР	КОЛ-ВО НОМЕРОВ
Rezidor Hotel Group	1333
Marriott (включая активы Interstate)	918
Azimut Hotels	720
Interstate Hotels & Resorts (прямое управление)	706
IFK Hotel Management	634
Accor	623
Fairmont Raffles Hotels International	363
GOST Hotel Management	236
Capella Hotel Group	220
Hilton Worldwide	200
Hyatt	199
Heliopark Group	174
Starwood	166
ВСЕГО	6492

Источник: C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013



КРАСНОПОЛЯНСКИЙ РАЙОН

ГОРНАЯ КАРУСЕЛЬ

- Медиа-центр,
- PolyanaMoll - торговый центр с крытым аквапарком
- Сформированная курортная среда с торговым променадом
- Горнолыжные трассы высокой сложности



Большой объем нового качественного предложения высокого ценового уровня (4*-5*)

Развитый рынок услуг горнолыжного туризма для обеспеченной аудитории

Высокая конкуренция за спрос и растущая значимость дополнительных услуг и возможностей (оздоровление, развлечения)

Развитый рынок услуг для бизнес-туризма и проведения мероприятий

Высокая зависимость от качества управления курортами и качества работы персонала

Ограниченные возможности для экстенсивного развития

РОЗА ХУТОР

- Сформированная курортная среда со стрит-ритейлом и центральной городской площадью
- Сноуборд-парк, фристайл-центр, горнолыжные трассы средней сложности
- Развитая инфраструктура летнего экстремального туризма



Качественные гостиницы (в основном 3-4*) под управлением международных операторов

Развитый рынок услуг для бизнес-туризма и проведения мероприятий

Высокая зависимость от качества управления курортами и качества работы персонала

Ограниченные возможности для экстенсивного развития

ЛАУРА

- Комплекс для проведения соревнований по лыжным гонкам и биатлону.
- Горнолыжные трассы для начинающих
- Дом приема официальных гостей «Псехако»
- Торгово-развлекательный комплекс и зоопарк



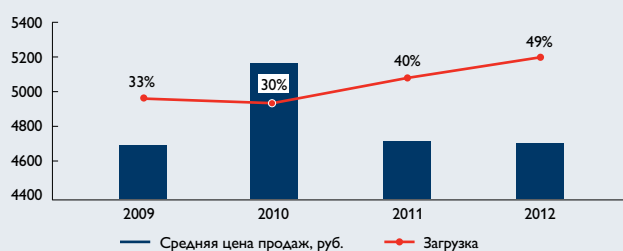
Гостиница с коттеджным комплексом. Самостоятельное управление и уже накопленный износ

Высокая зависимость от качества управления курортами и качества работы персонала

Ограниченные возможности для экстенсивного развития

ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

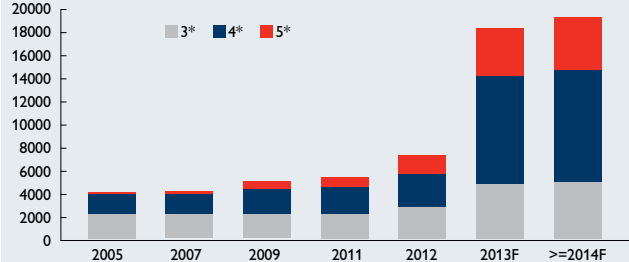
КРУПНЕЙШИХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ, СОЧИ



Источник: Краснодарстат;
C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

НОМЕРНОЙ ФОНД

КАЧЕСТВЕННЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ, СОЧИ



Источник: C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

РЕЗУЛЬТАТ

АДЛЕРСКИЙ РАЙОН. ИМЕРЕТИНСКАЯ НИЗМЕННОСТЬ

- Спортивная инфраструктура, включая стадион, ледовую арену, комплекс экстремальных развлечений и яхтенную марину
- Конгрессно-выставочная инфраструктура
- Тематический «Парк приключений», Национальный орнитологический парк
- Торгово-развлекательные центры, парки, пляж



Большой объем качественного гостиничного предложения и высокая конкуренция за спрос



Развитый рынок диверсифицированных услуг с акцентом на:

- MICE,
- Семейном отдыхе,
- Спортивном туризме.

Перенасыщенность гостиничным предложением

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ РАЙОН

- Марина вместимостью до 300 яхт-мест, торговый центр, многофункциональный выставочный комплекс
- Торгово-развлекательные и офисные комплексы «Атриум», «МореМолл», «Олимп»



Наличие развитого гостиничного предложения, в том числе, высокого класса



Развитый рынок для бизнес- и событийного туризма. Высокая значимость места расположения. Незначительный потенциал для экстенсивного развития

ЛАЗАРЕВСКИЙ РАЙОН

- Отсутствие значимых проектов, связанных с Олимпиадой, из-за транспортной удаленности района
- Высокая плотность застройки береговой зоны



Низкая конкуренция качественных средств размещения



Есть возможности для развития рынка услуг семейного отдыха, оздоровления, эко-туризма.

ХОСТИНСКИЙ РАЙОН

- Реконструкция санаториев, новое строительство гостиниц.
- Строительство торговых, спортивных комплексов, аквапарка, стрит-ритейл



Средняя степень конкуренции в сегменте качественного предложения



Рынок недиверсифицированных услуг, прежде всего, санаторной направленности. Средний уровень возможностей по развитию, в основном – путем реконструкции существующей базы. Высокие возможности развития рынка комплексных услуг в сегменте оздоровления и лечения

РЕЗУЛЬТАТ

РЕЗУЛЬТАТ

РЕЗУЛЬТАТ

РЕЗУЛЬТАТ



«ДЕТСКИЙ МИР» НА ЧЕРНОМ МОРЕ

ГОРОД-КУРОРТ АНАПА, КОТОРЫЙ НАЗЫВАЮТ ДЕТСКИМ КУРОРТОМ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ, БЛАГОДАря ПЕСЧАНЫМ ПЛЯЖАМ С МЯГКИМ ВХОДОМ В МОРЕ, РАСПОЛОЖЕН НА ЗАПАДЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ, В 170 КМ ОТ КРАСНОДАРА И В 360 КМ ОТ СОЧИ, В НАИБОЛЕЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЛАГОПОЛУЧНОЙ ЧАСТИ ЧЕРНОГО МОРЕЯ.

Традиционная специализация на детском отдыхе определила текущую ситуацию:

- В городе сосредоточены, в основном, аттракты для детей при неразвитом предложении для «взрослой» аудитории. «Детское» предложение однотипно и представлено мало-бюджетными проектами, реализованными местными инвесторами:
 - аквапарками: Тематический аквапарк «Тики Так» «Олимпия», «Золотой пляж», «Осьминожка»;
 - дельфинариями: «Немо» «Утришская Волна».
- Резче выражена сезонность спроса.
- Номерной фонд в основном низкого уровня: качественное предложение средств размещения представлено всего 2 гостиницами категории 5 звезд (417 номеров) и 8-ю четырехзвездными гостиницами общим номерным фондом 1152 ед.
- Ценовой уровень даже в качественных объектах, расположенных недалеко от моря, не высок: 3500-4000 руб./номер (цена «от стойки», сентябрь 2013).
- Существует высокая конкуренция полноформатных средств размещения с рынком мини-гостиниц и индивидуальными средствами размещения: в городе более 200 мини-гостиниц и гостевых домов; свыше 4,3 тысячи зарегистрированных предпринимателей, сдающих жилье внаем.
- Связанные с бурным развитием малых отелей проблемы: хаотичная застройка города и высокая антропогенная нагрузка на пляжи и экологию курорта в пик сезона.
- Международные гостиничные бренды в настоящее время на рынке не представлены.

- Традиционной специализацией курортного продукта Анапы является санаторно-лечебная составляющая, при этом, как и в других кластерах, качество предложения лечебной базы низкое: из 229 санаторно-курортных учреждений только треть является круглогодичными.
- Популярность традиционного лечения падает: в результате средняя продолжительность пребывания на курорте сократилась с 10 ночей в 2007 г. до 6 ночей в 2012 г.

Будущее города определяется высоким природным потенциалом данного туристского направления – песчаные пляжи, лиманы, Благовещенская коса – уникальные для Краснодарского края образования, которые должны использоваться с большей, чем это сегодня возможно, отдачей.

Наличие международного аэропорта позволяет курорту интегрироваться в международный рынок туризма и развлечений, в первую очередь, в региональном контексте, включая страны СНГ, не имеющие собственного морского побережья. Для сохранения позиций Анапы как лидера по организации детского и семейного отдыха потребуются инвестиции в обновление лечебной базы и развитие инфраструктуры развлекательного характера. Здесь уже сделаны определенные шаги:

- В 2012 году открыт ТРЦ «Красная площадь» (36 000 кв.м.) с детским развлекательным центром «Острова» и шестизальным киноцентром (один из залов - формата IMAX).
- Руководителями города развернута программа по развитию курорта, куда включены порядка 25 проектов общей

стоимостью более €7,5 млрд. в т.ч. более €0,8 млрд. – проекты развлекательного характера. Основные из них: городок аттракционов «Парк Тукан»; парк аттракционов (по аналогии с Диснейлендом); биологический парк и океанариум; водно-развлекательный центр «Плавлагуна».

Эти проекты подтянут за собой строительство новых гостиниц, предлагающих качественно более высокий уровень средств размещения и качественно иные возможности для развития различных видов деловой активности.

СТРАНА ЧУДЕС ИЛИ КРАСНОДАРСКИЙ МАКАО?

Решение проблемы сезонности потребует интеграции традиционных поездок на отдых с лечением/оздоровлением, а также привлечения других групп спроса. Так, сегодня конференц-возможности курорта невелики: конференц-залы имеют малую вместимость – крупнейший из них может принять только 300 человек, они разрознены, их оборудование не отвечает современным требованиям. Это не позволяет включать город в календарь мероприятий делового и событийного характера.

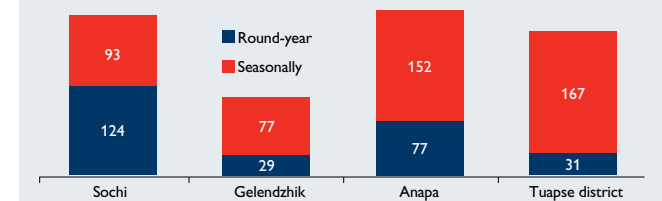
Гостиницы нового формата предложат не только качественно более высокий уровень размещения, но и возможности для организации мероприятий.

В Анапе, как и на всем побережье края, «единичная» гостиничная застройка сменяется развитием комплексных проектов, представляющих «точки роста» для ближайшего окружения. Примеры таких комплексов приведены в списке инвестпроектов Агентства по инвестициям Анапы. Наиболее яркий из них - курортно-рекреационный комплекс «Золотая миля», в составе которого будет: офисный центр, ТРЦ, коттеджи, яхт-клуб, серфинг-центр, аквапарк, рекреационная зона, гостиницы категории 5, 4, и 3 звезды, оздоровительный комплекс, бальнеологический центр. Площадь застройки - 1350 га. Стоимость - более €1,8 млрд.

Эти проекты, требующие высоких объемов инвестиций, могут быть реализованы только в формате государственно-частного партнерства, которое сможет снизить риски по проекту до приемлемого частным инвестором уровня.

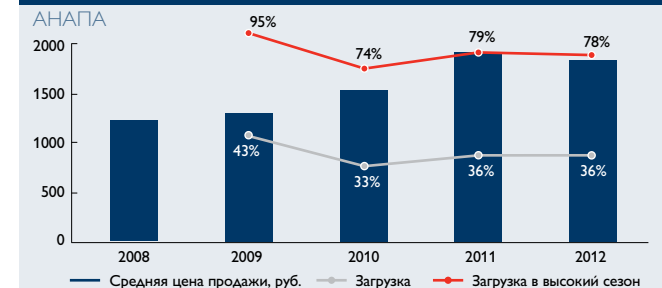
Но новой «визитной карточкой» Анапы, кардинально меняющей представление о городе-курорте, станет проект «Новая

КОЛИЧЕСТВО САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КУРОРТОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ



Источник: Министерство курортов и туризма Краснодарского края, C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ АНАПА



Источник: C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

Анапа», реализующийся в районе станицы Благовещенская, в стороне от «старого» курорта. Проект включает: 9 пятизвездных, 11 четырехзвездных, 23 трехзвездных отеля, около 300 вилл, гольф-комплекс на 18 лунок, 6 ТРЦ, марину и яхт-клуб. Пропускная способность - около 360 тыс. человек в год. Общий объем инвестиций составит €1,591 млрд. (в т.ч. не менее €412 млн. из гос.бюджета).

На сегодняшний день ведутся работы по одному из проектов, реализация которого изменит представление об Анапе как о бюджетном сезонном курорте: к 2016 году планируется открытие близ станицы Благовещенская первого отеля с казино под управлением международного гостиничного оператора Capella Hotel and Resorts (бренды Capella и Solis). Включение в состав гостиничной инфраструктуры казино призвано обеспечивать круглогодичную работу всего кластера, формирующегося на Благовещенской косе. Очевидно, что именно это направление станет «локомотивом» данного субрынка с перспективой вовлечь в его орбиту и смежные курортные территории.





«БЕЛАЯ НЕВЕСТА» НА ЧЕРНОМ МОРЕ

ГОРОД-КУРОРТ ГЕЛЕНДЖИК – ЭТО, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, КРАСИВЕЙШАЯ БУХТА, СЛОВНО ПРЕДНАЗНАЧЕННАЯ ПРИРОДОЙ ДЛЯ ЗАХОДА ЯХТ, А ТАКЖЕ БОЛЕЕ 100 КИЛОМЕТРОВ БЕРЕГОВОЙ ЛИНИИ, В РАЗНОЙ СТЕПЕНИ ПРИГОДНОЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПЛЯЖНОГО ОТДЫХА И МОРСКОГО ТУРИЗМА.

Главная достопримечательность города – это 12 км набережной, являющейся основным торговым коридором и центром курортной жизни летом. Расположенные вдоль этой пешеходной оси санатории и гостиницы формируют открытую жилую среду, чему немало способствует отсутствие загорождений, фиксирующих границы санаторно-гостиничных участков на других курортах.

Ограниченность в транспортной доступности (отсутствие жд сообщения и дороговизна авиа-перелетов) сделала курорт популярным, в основном, у жителей Краснодарского края и Ростовской области, лояльных к поездкам на автотранспорте. Порядка 48% всего турпотока – это неорганизованные туристы в возрасте 16-40 лет.

С учетом невысокого уровня и качества сервиса местных пансионатов и санаториев, туристы предпочитают частный сектор. При этом, турпродукт города традиционно формируется «бесплатной» природной аттракцией – морем и теплым климатом. Построенные в последние годы инфраструктурные объекты – аквапарки («Золотая бухта», «Дельфин», «Бегемот», «Кокосовый рай»), 2 дельфинария и океанариум, зоопарк «Сафари» – позволяют разнообразить досуг отдыхающих, но не решают проблемы сезонности. Невысокая насыщенность курорта дополнительными сервисами ориентирует его на туристов с невысоким бюджетом и опытом поездок.

В курортный сезон 2012 г. на территории курорта работало более 100 предприятий санаторно-курортного комплекса

СУЩЕСТВУЮЩЕЕ КАЧЕСТВЕННОЕ ГОСТИНИЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ В ГЕЛЕНДЖИКЕ

№	НАИМЕНОВАНИЕ	МИН. СТОИМОСТЬ В СЕНТ. 2013, РУБ./НОЧЬ	ГОД ОТКРЫТИЯ/ ПОСЛЕДНЕЙ РЕКОНСТРУКЦИИ	КОЛ-ВО НОМЕРОВ	КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ, МЕСТ
1	SPA Hotel & Wellness "Primorie"	3150	2006/2009	352	250
2	Nadezhda SPA & sea paradise	4360	1996/2009	179	1000
3	Kempinski Grand Hotel Gelendzhik	4150	2010	379	1330

Источник: туроператор «Алеан», 2013

общей вместимостью более 32 тыс. мест, а также более 4000 частных средств размещения (порядка 60 тысяч мест). При этом качественное гостиничное предложение представлено всего 2 гостиницами категории 5* (558 номеров, из них почти 70% приходится на номерной фонд, находящийся под управлением международного оператора Кемпински) и 5 гостиницами категории 4 звезды (514 номеров, из которых 68% - предложение отеля «Приморье»).

ЧТО СУЛИТ “ПОДКОВА”?

Качественный номерной фонд работает круглогодично, в низкий сезон работу отелей дают конференции и другие мероприятия: в городе имеется хорошая база для проведения конференций, емкостью более 2300 мест. Препятствием для развития делового туризма является транспортная составляющая и высокая межрегиональная конкуренция при ограниченной деловой активности в Геленджике¹. В результате сезонность остается высокой: среднегодовая заполняемость качественных средств размещения составляет 43-45%.

Для решения проблемы сезонности город ориентируется на развитие проектов, дающих возможность круглогодичной эксплуатации, а также на проекты, обеспечивающие приток спроса в зимний период, в том числе, предполагается построить горнолыжный спортивно-оздоровительный комплекс.

Кроме того, планируется более интенсивно использовать и природно-географический ресурс, в частности, Геленджик может стать «столицей» яхтинга на Черном море, чему будет способствовать реализация следующих проектов:

- Реконструкция грузового порта, предполагающая строительство марины на 180-190 яхт, гостиницу высокого класса, зону ритейла и апартаменты;
- Рекреационный комплекс «Тонкий мыс» (проект группы «Hermitage Construction and Management»), включающий эллипс и пляж длиной 400 метров, кафе и рестораны, SPA инфраструктуру, 5-звездную марину для яхт на 136 мест, яхт-клуб.

Географические ограничения (бухта, в границах которой расположен город, а также подступающие к ней горы,

¹ Даже по сравнению даже с Сочи, где в связи с подготовкой к Олимпиаде, открылись офисы некоторых московских компаний

ДИНАМИКА ПОТОКА ТУРИСТОВ В ГЕЛЕНДЖИКЕ



Источник: Администрация ???; C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦ В ГЕЛЕНДЖИКЕ



Источник: Краснодарстат; C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

создают физические ограничения для роста курорта) и климатический фактор (ограниченность сезона) приводят к росту антропогенных нагрузок на территорию Геленджика в период массового спроса. Принципы устойчивого развития туризма, применяемые к данному региону, потребуют принятия мер по снижению такой нагрузки, что может рассматриваться как регулятор и ограничитель экстенсивного развития туризма на этой территории. Это обстоятельство, а также реализация имеющихся инвестиционных проектов развития туристской инфраструктуры курорта, приведут к постепенному вытеснению дешевого предложения и переориентации курорта на другую, более платежеспособную, категорию потребителей, со всеми вытекающими отсюда последствиями, касающимися уровня обслуживания, класса и развитости основного и дополнительного предложения гостиниц.





ДАЛЕКИЙ БЛИЗКИЙ

ТУАПСИНСКИЙ РАЙОН РАСПОЛОЖЕН МЕЖДУ БОЛЬШИМ СОЧИ И КУРОРТАМИ ГЕЛЕНДЖИКА, НА РАССТОЯНИИ 2-3 ЧАСОВ ПУТИ НА МАШИНЕ ОТ БЛИЖАЙШИХ АЭРОПОРТОВ. ЭТОТ ФАКТ, А ТАКЖЕ НАЛИЧИЕ В ГОРОДЕ ОДНОГО ИЗ КРУПНЕЙШИХ МОРСКИХ ТОРГОВЫХ ПОРТОВ В РОССИИ, НЕ ОСТАНАВЛИВАЮТ РАЗВИТИЕ КУРОРТА, НО ОРИЕНТИРУЮТ ЕГО НА РЕГИОНАЛЬНЫЕ И БЮДЖЕТНЫЕ ГРУППЫ СПРОСА.

Город расположен в 170 км от Краснодара и в 120 км от Сочи. Основная доля туристов Туапсе приезжает на курорт поездом (приблизительно 50%), либо автотранспортом (приблизительно 48%), поскольку в Туапсе нет собственного аэропорта. Это делает его курортным местного значения: порядка 50% в «высокий сезон» и 75% клиентов в межсезонье приезжают из Краснодара и Краснодарского края, еще 20% - жители Ростовской области. Доля организованных туристов составляет в среднем 44%.



Источник: Администрация ?? Туапсинского района, C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

В советский период курорты Туапсинского района были в значительной степени ориентированы на детский и оздоровительный отдых. Заполняемость санаториев и лагерей круглогодично обеспечивалась за счет системы социального туризма.

В настоящее время структура спроса здесь, как и на всем побережье края, существенно изменилась: социальный туризм сократился и стал непривлекательным с точки зрения платежеспособности клиентуры для существующих средств размеще-



Источник: Краснодарстат; C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

ния, особенно средней и высокой категории. В то же время, уровень развития местной базы размещения и туристской инфраструктуры не способствуют привлечению других групп спроса, особенно в межсезонье и низкий сезон.

Основная доля номерного фонда курорта позиционируется в среднем и бюджетном ценовом сегменте, а качество услуг и уровень обслуживания в целом не соответствуют современным стандартам качества. С другой стороны, ценовой фактор значим для основной клиентуры туапсинских средств размещения, об этом, в частности, свидетельствует высокая продолжительность пребывания на курорте: в среднем 12 дней, что на 6 дней больше, чем, к примеру, в Анапе.

Первым, и на сегодняшний день единственным, качественным рыночным проектом является Гостиничный Комплекс «Гамма» (107 номеров, открыт в 2008 году). Менеджмент этого комплекса с успехом применил на своей базе принцип организации отдыха по типу «все включено», заимствованный у основных международных конкурентов Краснодарского края в сегменте массового пляжного отдыха.

На сегодняшний день в Туапсинском районе наиболее качественное размещение представлено гостиничным продуктом, предлагающим на своей базе коммерческие услуги по оздоровлению (включая такие направления, как спа, велнесс, талассо-терапия), но не полноформатное лечение, которое рассматривалось как социальная нагрузка, а не бизнес-компонента. Услуги оздоровления позволяют, во-первых, увеличить объемы спроса, особенно в низкий сезон, и, во-вторых, повысить степень лояльности клиентов к тому или иному средству размещения. Наблюдается переориентация клиентов на более качественные и комплексные услуги гостиниц: в 2012 г. объем услуг гостиниц увеличился на 13,7 %, санаторно – курортных учреждений – на 7,1 %, услуги крупных пансионатов, домов отдыха и прочих мест временного проживания сократились 0,8%.

В целях повышения турпотока на Туапсинских курортах администрация заявляет в СМИ о планах реализации ряда программ по улучшению инфраструктуры, развитию инвестиционной деятельности, программ по продвижению и повышению статуса туапсинских курортов в России. Следует отметить, что такие программы требуют комплексного подхода, крупных капитальных вложений и длительного времени реализации, соответственно быстрых результатов не ожидается.

Высокая сезонность спроса является следствием недиверсифицированного предложения и однонаправленной тенденции в сфере мотивации поездок по данному направлению. Попытки выровнять сезонные колебания за счет диверсификации предложения и привлечения ранее незадействованных групп спроса – деловых туристов и MICE-сегмент - затрудняются отсутствием необходимой материальной инфраструктуры и высокими капитальными затратами, необходимыми для расширения этой группы спроса.

Несоответствие ценовой политики местных средств размещения качественному уровню услуг ставит под вопрос возможность дальнейшего увеличения объемов обслуживаемых местной базой размещения клиентов.

Развитие туризма в Туапсинском районе и изменение объемов спроса на размещение напрямую зависят от развития и продвижения других ведущих курортов Краснодарского Края (Сочи, Анапа, Геленджик). Наиболее перспективными в этом отношении будут комплексные проекты средней и более демократичной ценовой категории, ориентированные на организацию отдыха, в том числе, детского и семейного, а также развитие кемпингов. Проблема привлечения спроса в межсезонье будет решаться постепенно, по мере реализации инфраструктурных проектов, при этом к традиционным группам спроса – корпоративным и MICE – клиентам – могут добавиться студенты и спортсмены (участники спортивных сборов, проходящие реабилитацию и т.д.), для которых данное направление привлекательно как с точки зрения климата, так и цены.

ОСНОВНЫЕ ПРОЕКТЫ, ЗАЯВЛЕННЫЕ НА РЫНКЕ ТУАПСИНСКОГО РАЙОНА			
№	НАИМЕНОВАНИЕ П/П ОБЪЕКТА	ПАРАМЕТРЫ ПРОЕКТА	СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА, МЛН.РУБ.
1	Строительство гостинично-туристического комплекса "Южная звезда", с. Лермонтово, с.Тенгинка"	"Международный образовательный центр (учебные корпуса, лаборатории, общежития), курортная зона (отели, гостиницы, кемпинги, рестораны на воде, яхт-клубы), жилой микрорайон (таун-хаусы, коттеджный поселок). Срок строительства объекта - 10 лет. Проектная мощность: 45 000 человек одновременно"	35 861,527
2	Строительство туристско-рекреационного комплекса "Альпико", с. Гойтх	Австрийская деревня, Французская деревня, Немецкая деревня, Швейцарская деревня, Итальянская деревня. Проектная мощность: 1 180 мест. Площадь земельного участка (кв. м): 408 262,19	928,111
3	Строительство спортивно-оздоровительного комплекса «Гранит», п. Лермонтово	Строительство многофункциональных гостиниц, домов в аренду, яхт-клуба, вертолетной площадки, спортивных сооружений, развлекательного комплекса, ресторанов и кафе. Площадь земельного участка 18,05 га	1000
4	Строительство и реконструкция набережной, г. Туапсе	Инвестиционный проект предполагает реконструкцию части набережной г. Туапсе	905,781

Источник: Инвесткурорт, Министерство курортов и туризма Краснодарского края; C&W, отдел гостиничного бизнеса и туризма, 2013

