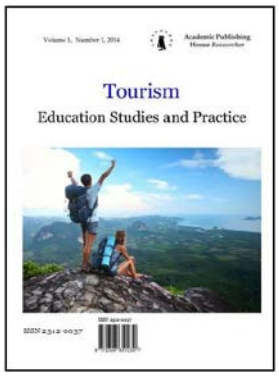
Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*

Published in the Russian Federation
Tourism Education Studies and Practice
Has been issued since 2014.
ISSN: 2312-0037
E-ISSN 2409-2436
Vol. 6, Is. 2, pp. 59-65, 2015

DOI: 10.13187/tesp.2015.6.59
www.ejournal10.com



UDK 338.48

Olympic Legacy as a Factor of Increasing Competitive Growth of the Sochi Destination

[1] Boris A. Ermakov
[2] Shamset D. Sovmen

[1] Sochi state university, Russian Federation
Sovetskaya Str., 26 a, Sochi city 354000
Doctor of medical sciences, professor
E-mail: borisermakovsochi@gmail.com
[2] Territorial body of the Federal State Statistics Service for Krasnodar region (Krasnodarstat), Deputy Head, Russian Federation
223 Sadovaya Str., building 1, Krasnodar 335042
PhD in economics
E-mail: sovstat@rambler.ru

Abstract

In this article we analyze the special aspects of the tourist flow structure and dynamics in Sochi for the period of 2010-2014 basing on the official statistics and our own expert assessments. This time span is not fortuitous, for it includes pre-Olympic, Olympic and early post-Olympic periods. It is the most illustrative period for identifying the trend we are interested in. It is a statistically significant fact, that the interest towards Sochi has increased in 2014, which was most probably related to the eagerness of the tourists to become familiar with the Olympic legacy. The 2014 season was the most successful one for Sochi out of all resort areas of Krasnodar region, when the number of tourists grew by 1.9 times compared to the previous period. We also stated our proposals for increasing competitive growth of the Sochi destination in the context of the Olympic factor basing on the principles of the touristic territories' marketing together with the measures aimed at providing conditions for flashpacking.

Keywords: Sochi destination, Olympic legacy, factor of competitive growth.

Введение

По данным Министерства курортов и туризма Краснодарского края, каждый третий приехавший в регион в 2014 году турист выбрал местом отдыха столицу XXII Олимпийских и XI Паралимпийских Зимних игр 2014 года - город-курорт Сочи. По мнению руководителей ведущих экскурсионных агентств Сочи именно олимпийские объекты сейчас являются самыми популярными достопримечательностями города-курорта и его окрестностей. Подобный интерес привел к тому, что Законодательное собрание Краснодарского края 28 января 2015 г. приняло региональный Закон, который выделяет "олимпийский туризм" в отдельный вид отдыха. Этим термином кубанские депутаты решили обозначить "вид

туризма, ориентированный на ознакомление с олимпийскими объектами, расположенными на территории Краснодарского края"[1,3].

Однако, насколько значимым фактором, способным оказывать положительное влияние на динамику туристского потока в Сочи, является интерес к знакомству с материальной частью олимпийского наследия* и следует ли рассматривать данное обстоятельство в качестве условия, не только повышающего привлекательность сочинской дестинации, но и обеспечивающего ей существенные конкурентные преимущества?

По нашему мнению, от ответов на данные вопросы во многом будет зависеть развитие сочинской дестинации на достаточно длительную перспективу. **Поэтому целью проведенного исследования** стало выявление степени влияния олимпийского наследия на рост интереса туристов к посещению Сочи.

Материалы и методы

Авторами на основе официальных статистических данных и собственных экспертных оценок проведен анализ структуры и динамики туристского потока в Сочи за период 2010-2014 гг. Этот временной интервал выбран не случайно, так как он включает в себя предолимпийский, олимпийский и ранний постолимпийский периоды и является наиболее показательным для выявления интересующей нас тенденции. Кроме того, анализируемые показатели именно в течение данного временного интервала позволяют не только оценить глубину явления, но и нивелировать при этом возможное влияние фактора роста интереса граждан РФ к внутреннему туризму, связанного с комплексом известных причин финансово-экономического и политического характера.

Обсуждение

В настоящее время Сочи располагает значительными возможностями для размещения туристов. Число мест в 253 коллективных средствах размещения (КСР) различных типов в 2014 г. составило 91 600 мест". По емкости КСР в целом по Сочи лидируют гостиницы – 43 %. Затем следуют санатории (33 %) и пансионаты (24,0 %). Однако такое соотношение характерно не для всех районов города. Так, в Хостинском районе преобладают санаторные койки (47,6 %), а в Лазаревском районе – койко-места в пансионатах (51%). В Адлерском районе, который является лидером по коечной емкости среди всех остальных районов Сочи (всего 39750 мест или 43 % от общей коечной емкости КСР) 70 % мест принадлежит гостиницам при относительно небольшом удельном весе санаторных коек (16 %) и койко-мест в пансионатах (14 %). В Центральном районе в сравнении с другими районами Сочи койко-места по типам КСР распределены относительно равномерно с некоторым преобладанием койко-мест в гостиничном секторе [10].

По данным Краснодарстата, организации, оказывающие услуги КСР в Сочи в 2014 г. обслужили 2,189 млн. чел., что более чем на 1,3 млн. чел. или в 2,5 раза превышает показатели предолимпийского 2013 года [12].

Вместе с тем, для полноты анализа ситуации и повышения объективности оценки динамики внутренних туристских потоков в Краснодарском крае ежегодно Краснодарстатом и Сочинским государственным университетом проводятся региональные статистические наблюдения, позволяющие оценить масштабы самодеятельного туризма. Эти исследования показывают, что большинство отдыхающих приезжают на курорты края без санаторно-оздоровительных и туристских путевок, то есть самостоятельно организуют свой отдых. Они активно пользуются услугами индивидуальных средств размещения («мини-гостиницы», квартиры, частные дома), а также кемпингов, далее ИСР. Наибольшая доля самодеятельных туристов, размещающихся на базе ИСР, приходится на основные черноморские курорты края – Сочи, Анапу, Геленджик, Туапсинский и Темрюкский районы. Таким образом, в настоящее

* - олимпийское наследие в классе спортивных объектов состоит из 15 единиц. Из них в прибрежном кластере находится 9 объектов (общая вместимость — 138 тыс. зрительских мест), в горном кластере — 6 объектов (45,2 тыс. мест). В общей сложности после Зимних игр в Сочи на этих объектах было проведено 43 мероприятия (по данным на 1 января 2015г.), которые приняли свыше 476,15 тыс. зрителей [7].

время полноценный анализ туристского потока невозможен без учета самодеятельного туризма, не наблюдаемого в настоящее время в рамках официальной статистики.

Численность самодеятельных туристов – лиц, воспользовавшихся услугами ИСР в курортной зоне Краснодарского края, включая лиц, отдыхающих у родственников и знакомых, в 2014 году составила, по оценке, 5,7 млн. человек, что почти в 2 раза превышает показатели по КСР. Оценочные данные о численности самодеятельных туристов, размещавшихся в ИСР курортных зон Краснодарского края за период 2012-2014 гг. приведены в таблице 1.

Как видно из таблицы 1 число самодеятельных туристов по Краснодарскому краю в целом имеет тенденцию к росту, что особенно видно при сравнении показателей 2013 и 2014 гг. (рост на 17,3 %). Наибольшее число таких туристов в 2014 г. – 2,34 млн. чел. или 41,4 % – пришлось на долю ИСР г. Сочи. Не вызывает сомнений, что тенденции к существенному росту численности самодеятельных туристов, особенно выраженной в 2014 году, способствовала переориентация значительного числа россиян на внутренний туризм в силу ряда объективных причин (банкротство многих российских туроператоров, введение антироссийских санкций, запрет на загранпоездки для отдельных категорий государственных чиновников и т.д.).

Таблица 1

Численность туристов, размещавшихся в ИСР Краснодарского края (тыс. человек)

	Всего туристов с учетом родственников (знакомых), тыс. чел.			*2014 г. в % к 2013 г.*
	2012 г.	*2013 г.*	*2014 г.*	
Краснодарский край - всего из них:	**5011**	**4818**	**5650**	**117,3**
г. Сочи	1558	1317	2340	177,7
г. Анапа	892	837	936	111,8
г. Геленджик	905	874	726	83,1
Туапсинский район	898	859	771	89,8
Темрюкский район	239	249	363	145,8

Однако исключить фактор возрастания интереса к посещению Сочи благодаря стремлению к знакомству с олимпийским наследием, также нельзя. Об обоснованности подобного суждения свидетельствует тот факт, что курортный сезон 2014 г. среди курортов Краснодарского края был наиболее успешным именно для Сочи, где численность туристов, размещенных в ИСР, выросла в 1,8 раза. В то время как показатели Темрюкского района возросли «всего» на 45,8 %, а города-курорта Анапа лишь на 11,8 %. И связан подобный рост, в особенности по Темрюкскому району, скорее всего, с выбором туристами в качестве места отдыха Тамани, а также близлежащей Анапы из-за огромных очередей на паромной переправе через Керченский пролив.

Численность самодеятельных туристов демонстрирует достаточно стабильное положение в сегменте ИСР, которые ежегодно обслуживают в целом по Краснодарскому краю около 5 миллионов туристов [6]. Данный факт свидетельствует не только о растущей популярности данного вида организации отдыха, в том числе в Сочи, но и выхода его на лидирующие позиции, что наглядно видно из таблицы 2.

Таблица 2

Численность туристов в Сочи (тыс. человек)

Период	**Всего туристов**[1] (КСР + ИСР)	**КСР**	**ИСР**
1	**2=3+4**	**3**	**4**
2010	2345	1023	1322
2011	2344	907	1437
2012	2489	931	1558
2013	2186	869	1317
2014	4048	1708	2340
2015[2]	3900	1500	2400
2016[2]	4100	1600	2500

[1]Без туристов, размещенных в сезонных кемпингах, и однодневных посетителей курортной зоны.

[2] Прогноз.

При сохранении данной тенденции, прогностическая оценка туристского потока в сочинскую дестинацию в 2015-2016 гг. даже на фоне существенного снижения численности туристов в сегменте КСР, связанного с кризисными факторами, выглядят весьма оптимистично. Общая численность туристов может удерживаться на уровне близком к 4,0 млн. чел. Этому будет способствовать активное развитие спортивного, прежде всего горнолыжного туризма, продемонстрировавшего в 2014 г. впечатляющий результат*, а также переориентация на внутренний туризм крупнейших отечественных туроператоров, которые уже приступили к реализации пакетных туров пляжного отдыха в Сочи.

Результаты

Однако сам по себе «олимпийский» фактор, что хорошо известно на примере других «олимпийских столиц», длительное время работать не будет, что требует разработки стратегии продвижения сочинской дестинации на туристском рынке в новом качестве с позиций маркетинга туристских территорий.

Как известно, цель туристического маркетинга, как деятельности, направленной на информирование, а также создание и поддержание благоприятного общественного мнения к территории для привлечения туристов, заключается в создании и донесении до потребителя благоприятного образа дестинации, соответствующего существующей структуре спроса [2]. По мнению ряда экспертов [4, 5, 8, 11], основные задачи, которые должны решаться в рамках туристического маркетинга, заключаются в следующем:

- формирование и улучшение имиджа дестинации, ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности;
- повышение уровня известности территории;
- увеличение уровня потребления ресурсов и услуг;
- повышение степени удовлетворенности потребителей;
- усиление конкурентоспособности расположенных на территории дестинации предприятий и организаций;
- рост инвестиционной привлекательности дестинации.

Для осуществления целенаправленной, ориентированной на достижение конечного результата маркетинговой аналитической работы необходимо создание независимой территориальной службы туристического маркетинга. Сегодня в Сочи такой службы нет. Действующие при органах местного самоуправления профильные структуры, ориентируются не на формирование институциональной среды развития дестинации с широкой кооперацией усилий всех заинтересованных деловых и общественных структур, а

* - общее количество гостей 3 горнолыжных курортов («Роза хутор», «Газпром» и «Горки город») в сезоне 2014 г. превысило 1 миллион 50 тысяч человек [13].

на PR-акции успехов властей в деле наращивания турпотока, зачастую с приукрашиванием реальной картины. Этому способствует зачастую игнорирование официальной статистической информации, замена ее на необоснованно завышенные показатели [9]. Так, власти Сочи заявили о намерении принять в 2015 г. не меньше 5,5 миллионов человек [14]. Однако, по нашему мнению, даже при самом оптимистичном прогнозе объем турпотока в Сочи в 2015 г., как отмечалось в таблице 2, не достигнет и 4,0 млн. чел.

Выводы

Благодаря подготовке и проведению в 2014 г. XXII Олимпийских и XI Паралимпийских Зимних игр город-курорт Сочи получил уникальный шанс для формирования и вывода на рынок универсального туристского продукта, которого до настоящего времени у Сочи фактически не существовало, несмотря на предпринимаемые усилия. Его разработка и реализация эффективной стратегии продвижения способны на годы вперед обеспечить высокий интерес туристов к сочинской дестинации, что даст мощный импульс для развития территории и улучшения жизни ее населения. В системе мероприятий достойное место должно занимать создание условий для развития самодеятельного туризма, играющего ведущую роль в структуре туристского потока в дестинацию.

Примечания:

1. Закон Краснодарского края от 06.02.2015 N 3097-КЗ "О внесении изменений в Закон Краснодарского края "О туристской деятельности в Краснодарском крае" (принят ЗС КК 28.01.2015).

2. Агаларова Е.Г. Маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории [Текст] / Е. Г. Агаларова // Молодой ученый. 2013. №11. С. 259-262.

3. Бондаренко О. На Кубани приняли закон об "олимпийском туризме»/ http://rg.ru/2015/01/28/reg-ufo/zakon.html (дата обращения 04.04.2015 г.)

4. Григорьев Д. В. Маркетинг территорий в курортном регионе: Дисс..., канд. экон. наук. Кострома, 2005.

5. Дайан А. Маркетинг / Академия рынка: маркетинг. М.: Экономика, 1993.

6. Ермаков Б.А., Совмен Ш.Д. Особенности структуры и динамики турпотока в Краснодарском крае//Сборник: «Туризм в странах с переходной экономикой – проблемы, перспективы, конкурентоспособность дестинации. Мат. Междунар. научно-практ. конф. в рамках проекта NETUR», г.Сочи, 20-21 мая 2015г.», - 2015,-С.12-18.

7. Жалин Ю. Постолимпийский синдром. URL: http://kommersant.ru/ projekts/sochi17.12.2014 (дата обращения 04.04.2015 г.).

8. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. СПб: Стокгольмская школа экономики, 2005.

9. Лившиц В.Г., Ермаков Б.А. О новой концепции организации лечебно-оздоровительного туризма и конкурентоспособности постолимпийского Сочи//Сборник: «Актуальные проблемы диагностики, профилактики и лечения профессионально-обусловленных заболеваний». Мат. II Всероссийской научно-практ. конф., г. Сочи, 20-21 октября 2014г.», 2014, С.102-108

10. Мостовая А.В., Ермаков Б.А., Сычев В.А. Форма собственности как фактор выбора ценовой стратегии коллективных средств размещения (на примере курорта Сочи)// Известия Сочинского государственного университета.- 2014, -№ 3 (31), С.124-131

11. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2006.

12. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края. Статсборник. Краснодар: Краснодарстат, 2014.

13. На горнолыжных курортах Сочи завершается курортный сезон. URL: http://www.yugopolis.ru/news/social/2015/05/14/81745/turizm-gornolyjnye-kurorty-cochi (дата обращения 14.05.2015).

14. Ульяна Гребенникова. Более 5,5 млн. туристов посетят Сочи в 2015 году. - URL:http://ria.ru/society/20150420/1059702437.html#ixzz3XvQ3InVC (дата обращения 15.05.2015).

References:

1. Zakon Krasnodarskogo kraya ot 06.02.2015 N 3097-KZ "O vnesenii izmenenii v Zakon Krasnodarskogo kraya "O turistskoi deyatel'nosti v Krasnodarskom krae" (prinyat ZS KK 28.01.2015).
2. Agalarova E.G. Marketing kak instrument povysheniya turisticheskoi privlekatel'nosti territorii [Tekst] / E. G. Agalarova // Molodoi uchenyi. 2013. №11. S. 259-262.
3. Bondarenko O. Na Kubani prinyali zakon ob "olimpiiskom turizme»/ http://rg.ru/2015/01/28/reg-ufo/zakon.html (data obrashcheniya 04.04.2015 g.)
4. Grigor'ev D. V. Marketing territorii v kurortnom regione: Diss..., kand. ekon. nauk. Kostroma, 2005.
5. Daian A. Marketing / Akademiya rynka: marketing. M.: Ekonomika, 1993.
6. Ermakov B.A., Sovmen Sh.D. Osobennosti struktury i dinamiki turpotoka v Krasnodarskom krae//Sbornik: «Turizm v stranakh s perekhodnoi ekonomikoi – problemy, perspektivy, konkurentosposobnost' destinatsii. Mat. Mezhdunar. nauchno-prakt. konf. v ramkakh proekta NETUR», g.Sochi, 20-21 maya 2015g.», - 2015,-S.12-18.
7. Zhalin Yu. Postolimpiiskii sindrom. URL: http://kommersant.ru/ projekts/sochi17.12.2014 (data obrashcheniya 04.04.2015 g.).
8. Kotler F., Asplund K., Rein I., Khaider D. Marketing mest. SPb: Stokgol'mskaya shkola ekonomiki, 2005.
9. Livshits V.G., Ermakov B.A. O novoi kontseptsii organizatsii lechebno-ozdorovitel'nogo turizma i konkurentosposobnosti postolimpiiskogo Sochi//Sbornik: «Aktual'nye problemy diagnostiki, profilaktiki i lecheniya professional'no-obuslovlennykh zabolevanii». Mat. II Vserossiiskoi nauchno-prakt. konf., g. Sochi, 20-21 oktyabrya 2014g.», 2014, S.102-108
10. Mostovaya A.V., Ermakov B.A., Sychev V.A. Forma sobstvennosti kak faktor vybora tsenovoi strategii kollektivnykh sredstv razmeshcheniya (na primere kurorta Sochi)// Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta.- 2014, -№ 3 (31), S.124-131
11. Pankrukhin A. P. Marketing territorii. SPb.: Piter, 2006.
12. Kurortno-turistskii kompleks Krasnodarskogo kraya. Statsbornik. Krasnodar: Krasnodarstat, 2014.
13. Na gornolyzhnykh kurortakh Sochi zavershaetsya kurortnyi sezon. URL: http://www.yugopolis.ru/news/social/2015/05/14/81745/turizm-gornolyjnye-kurorty-cochi (data obrashcheniya 14.05.2015).
14. Ul'yana Grebennikova. Bolee 5,5 mln. turistov posetyat Sochi v 2015 godu. - URL:http://ria.ru/society/20150420/1059702437.html#ixzz3XvQ3InVC (data obrashcheniya 15.05.2015).

УДК 338.48

Олимпийское наследие, как фактор повышения конкурентоспособности сочинской дестинации

[1] Борис Анатольевич Ермаков
[2] Шамсет Даудовна Совмен

[1] Сочинский государственный университет, Российская Федерация
354000 г. Сочи, ул. Советская 26 а
Доктор медицинских наук, профессор
E-mail: borisermakovsochi@gmail.com
[2] Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю (Краснодарстат), заместитель руководителя
335042 г. Краснодар, ул. Садовая, 223, к. 1
Кандидат экономических наук
E-mail: sovstat@rambler.ru

Аннотация. В статье на основе официальных статистических данных и собственных экспертных оценок проведен анализ структуры и динамики туристского потока в Сочи за период 2010-2014 гг. Этот временной интервал выбран не случайно, так как он включает в себя предолимпийский, олимпийский и ранний постолимпийский периоды и является наиболее показательным для выявления интересующей нас зависимости. Установлен факт возрастания интереса к посещению Сочи в 2014 г., что, скорее всего, связано со стремлением туристов к знакомству с олимпийским наследием, поскольку сезон 2014 г. среди курортов Краснодарского края был наиболее успешным именно для Сочи, где рост численности туристов вырос в 1,9 раза в сравнении с предшествующим периодом. Изложены также предложения по повышению конкурентоспособности сочинской туристской дестинации в контексте развития «олимпийского» фактора на основе принципов маркетинга туристских территорий, что вкупе с мерами по поддержке самодеятельного туризма даст мощный импульс для развития курорта Сочи и улучшения жизни постоянного населения.

Ключевые слова: сочинская туристская дестинация, олимпийское наследие, факторы повышения конкурентоспособности.