

Review форум Сочи 2013

Жизнь после Игр

Нынешний кубанский форум проходит в городе, уже почти готовом к принятию Олимпиады. Конечно, все новопостроенные сочинские отели будут заполнены во время Игр, но что дальше? Девелоперы, которые реализуют сочинские гостиничные проекты, задумываются по поводу будущего курортных комплексов, но четкой пошаговой программы еще нет. В ближайшем будущем они планируют использовать свои отели как SPA-комплексы, а также конгресс-центры.

— устойчивое развитие —

Больше не надо

В настоящий момент многие говорят о гостиничной инфраструктуре Сочи в ожидании Олимпиады, однако в действительности, по мнению большинства экспертов, основной вопрос заключается в том, что же будет здесь после Игр. «Появятся три отдельных кластера: Красная Поляна, Центральный Сочи и Имеретинская низменность. Каждый кластер имеет свои сильные и слабые стороны, но, несмотря на разницу в местоположении и концепции, они будут конкурировать друг с другом. Без сомнения, огромный ввод новых отелей и апартаментов предоставит разнообразие выбора потребителю и создаст высокую конкуренцию между собственниками и операторами объектов», — говорит руководитель отдела гостиничного бизнеса компании Jones Lang LaSalle Дэвид Дженкинс.

Сейчас, по данным компании Jones Lang LaSalle, отели в Сочи работают со среднегодовой загрузкой ниже 50%, и пока нет никаких объективных причин, почему после завершения Игр этот показатель должен значительно вырасти, особенно с учетом очень большого увеличения предложения под Олимпиаду. По словам старшего директора по развитию бизнеса компании Rezidor Даррена Бланчарда, на сегодняшний день в Сочи уже построено и готовится к открытию множество новых гостиниц, и такое значительное увеличение номерного фонда потребует некоторого времени для абсорбции на рынке, пока отели не найдут свою нишу, а транспортная инфраструктура не будет удовлетворять самым высоким требованиям. «Успех и последующий рост рынка будут во многом зависеть от возможности транспортной доступности Сочи и привлечения гостей за счет наличия недорогих рейсов, предлагаемых бюджетными авиакомпаниями», — говорит эксперт. Однако, по его словам, из-за небольшой протяженности южного побережья и ограниченного развития горнолыжной инфраструктуры внутри страны в России не так много направлений, которые могут составить серьезную конкуренцию Сочи как в летний, так и зимний сезон.

«В Сочи создается продукт, который является оригинальным и уникальным для российского рынка, и, по всей вероятности, город сможет привлечь новую аудиторию, а не переманивать путешественников с других направлений», — добавляет он. То есть фактически речь идет о создании некоего нового типа туристов — кто будут эти люди, пока не знает никто.

По словам Марины Смирновой, партнера, руководителя отдела гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield, сейчас все силы брошены на завершение проек-

тов и ввод в эксплуатацию гостиниц. Параллельно создаются управляющие компании для курортов, на которые возлагаются обязанности продвижения, операционного управления и эксплуатации комплексов на постоллимпийский период. «Однако сфера ответственности таких компаний ограничивается периметром проекта, для которого они создаются, и, кроме того, пока преобладает техническая функция — эксплуатация, уборка, обеспечение безопасности. Маркетинг и продвижение частично возлагаются на гостиничных операторов, которые будут, собственно говоря, загружать гостиницы после Олимпийских игр. Но их усилий недостаточно, чтобы сдвинуть представление о курорте в целом и выйти на новые рынки и новых клиентов», — говорит эксперт. Для этого нужны централизованные и объединенные усилия всех участников, и в настоящий момент уже есть различные идеи, как расширить спрос и привлечь новые сегменты спроса.

Деловой подход

Во-первых, предполагается, что в Сочи будут проводиться различные деловые и корпоративные мероприятия: форумы, корпоративы, обучающие семинары и т. д. Для проведения такого рода мероприятий будет задействованы медиацентры (Горный и Имеретинский), гостиничные конференц-facility, конгресс-центр при гостинице МОК в Имеретинской низменности, а также переоборудованные в выставочные центры стадионы, в том числе делается ставка на событийный туризм – кинофестивали, прочие аналогичные мероприятия, хотя значительная часть всех этих «событий» остается на уровне идей.

«Спортивные матчи, включая чемпионаты мира по футболу, соревнования «Формулы-1», соревнования по зимним видам спорта, возможно, проведение сборов для команд, — все они, как предполагается, внесут лепту в расширение границ сезонности и увеличение загрузки гостиниц Сочи. Все эти мероприятия рассчитаны не только на российскую, традиционную для Сочи, но и международную аудиторию, что может существенно расширить объем спроса на гостиницы», — говорит Марина Смирнова.

Прорабатывается также идея развития обучающих проектов — перенос или создание на новой основе вузов и студенческих кампусов по американской модели, возможно, создание Кремниевой долины, но эти проекты нацелены в первую очередь на поглощение проектов жилой направленности и рост постоянного населения Сочи, что очень важно для более сбалансированного развития рынка коммерческой недвижимости. Влияние на гостиничную загрузку в этом случае будет опосредованным — за счет проведения конференций, обмена специалис-

тами и делегациями. Наконец, идет речь о развитии в Сочи игорного бизнеса, а также обновлении медицинской базы, что может позволить привлекать круглогодичный спрос, не связанный с морем или горами.

Отдыхают все

С этой точки зрения основная задача, стоящая перед сочинскими гостиницами, заключается в привлечении новых туристов. «Если говорить о гостиничном рынке, то после завершения Игр отели будут работать в режиме жесткой конкуренции. Вопрос заполнения объектов в низкий и средний сезон гостиницы пытаются решить за счет разнообразных сервисов, предлагаемых гостям. К примеру, Radisson Blue Resort & Congress Centre Hotel в Имеретинской низменности включает в себя конгресс-центр, развитую спортивную составляющую с фитнес-клубом, теннисным кортом, а также SPA, и все это создано для того, чтобы получить максимальное количество клиентов», — говорит Дэвид Дженкинс. Так, конгресс-центр наделен на переходный сезон весны и осени и привлечение бизнес-гостей в этот период. SPA и развлекательная составляющая — на привлечение гостей летом, в выходные, а также поддержку спроса со стороны деловых клиентов, для которых спорт и отдых будут дополнительным доводом в пользу подобных объектов.

При этом речь идет в основном о российских, а не иностранных туристах. Как отмечает Даррен Бланчард, первостепенной аудиторией для Сочи будут все же российские туристы, учитывая, что население России насчитывает около 143 млн человек, этот рынок имеет большие перспективы. «Вместе с постепенным ростом благосостояния населения растет и потребность в более комфортных путешествиях. Раньше значительная часть туристов отдавала предпочтение путешествиям на летние и зимние курорты Западной Европы. Однако такие путешествия возможны только при наличии визы, получение которой связано с дополнительными финансовыми и временными затратами. Сочи лучше приспособлен к специфическим культурным и кулинарным предпочтениям туристов и прекрасно подходит для семейных поездок, популярных среди российских туристов, и кроме того, здесь отсутствует языковой барьер», — говорит эксперт. Впрочем, по его словам, управляя гостиничной инфраструктурой для зимнего отдыха в горах, Rezidor рассчитывает все же на рост интереса со стороны западноевропейских туристов, хотя говорить о серьезном росте этого сегмента можно при условии изменений во въездной визовой политике России для туристов.

Пока еще привлекательность этого курорта снижает сложившийся имидж советского сервиса при высоких ценах в отелях. «Однако именно после Олимпиады все может измениться. Во-первых, практически все сочинские гостиницы, открытые

к Олимпиаде, находятся под управлением международных гостиничных операторов на условиях долгосрочных договоров. Этот факт может существенно поднять общегородской уровень сервиса», — надеется Евгения Тучкова, заместитель директора департамента консалтинга петербургского офиса Colliers International. Кроме того, по ее словам, закончится стройка и сам город преобразится и приобретет современный привлекательный облик. На период Олимпиады процент заповняемости отелей будет высоким, как и цена за номер, потом, скорее всего, будет некоторый спад, а после, через один-два года, наступит стабилизация, говорит эксперт.

В первую очередь развитию гостиниц будет способствовать решение транспортных проблем. Например, периодически ведутся разговоры об объединении трех курортов горного кластера сетями канатных дорог и единой системой ски-пассов для привлечения максимального количества посетителей и удержания их на курорте на максимальное количество дней. «При этом изменится и качество клиента: если до недавнего времени Сочи был курортом для массового и бюджетного туризма, после проведения Игр основная целевая аудитория изменится кардинально — таргетироваться будет средний класс, активный, искушенный, с большим опытом путешествий и ищущий новый опыт, платежеспособный», — говорит Марина Смирнова. Соответственно, очень важны будут маркетинговые действия, а также качественный сервис и адекватная ценовая политика гостиниц, то есть по ценам сочинские отели должны будут конкурировать, как минимум, с швейцарскими курортами.

Вся надежда на форумы

Если привлечь новых туристов все-таки не получится, у отельей есть несколько запасных вариантов. Во-первых, операторы, имеющие по две и более гостиницы в регионе, после проведения Олимпиады могут оптимизировать операционный процесс, временно приостанавливая работу на внесезон. Во-вторых, Сочи может все-таки стать достаточно популярной площадкой для проведения международных встреч. «Поскольку все гостиницы, как правило, обладают широкими возможностями для проведения конференций, в период высокого конгрессного сезона, традиционно это весна и осень, сочинские отели могут увеличить процент заполнения за счет проведения мероприятий», — объясняет Евгений Тучкова. В другое время года отельеры могут в зимний сезон получать прибыль за счет работы отельей на горнолыжных курортах, летом — за счет работы отельей на побережье. Например, гостиничный комплекс AZIMUT Hotel Resort & SPA Sochi после Олимпийских игр комплекс как раз планирует работать круглый год, специализируясь как на семейном отдыхе, так и на MICE-туризме, рассказали в компании. «В последние

годы в городе было проведено большое число международных встреч на высшем уровне, также многие российские компании уже открыли на курорте свои представительства. Гостиничный комплекс Azimut Hotels в Сочи соответствует международным стандартам качества, и мы готовы разместить у себя гостей статусных мероприятий», — говорят в компании Azimut. Так, на территории отеля уже расположено оборудованный конференц-зал, трансформирующийся в банкетный, вмещающий до 360 человек, шесть бизнес-переговорных площадью от 44 до 60 кв. м и бизнес-центр. В качестве альтернативного пути предлагается использовать отель за счет SPA-услуг.

По словам Дэвида Дженкинса, Сочи будет продвигаться на государственном уровне в качестве главной event-площадки страны. В течение последних лет с приближением Олимпиады активно проводилась работа по формированию имиджа Сочи, и важно продолжать поддерживать этот тренд и после Игр, причем основной фокус должен быть сделан на местную, российскую аудиторию, а не на иностранных граждан. «Это связано с тем, что иностранцам достаточно затруднительно попасть в Сочи из-за наличия ряда формальностей: оформление визы, перелет, языковой барьер, высокая конкуренция из-за высокой степени развитости европейских оздоровительных курортов и др.», — говорит эксперт. Развитию этого направления, по его словам, будет способствовать тот факт, что по итогам Игр Сочи получит развитую инфраструктуру: новый аэропорт, станции, дороги, объекты, в перспективе появится тематический парк, который привлечет детей и школьные группы, а также будут созданы, пожалуй, самые современные в России выставочные площадки. Это будет основным направлением МСБ-туризма «до» встреч федеральных и региональных властей, всероссийских и международных конференций до корпоративных выездов и тимбилдингов. По словам Станислава Ивашкевича, заместителя директора по развитию индустрии гостеприимства CBRE, в каждом сочинском отеле есть рестораны, конференц-залы, переговорные комнаты и все необходимое для обеспечения такой деятельности. «В вопросе на гостиницы помимо туристического спроса существенную часть занимает МСБ-сегмент. Пики делового сезона (весна, осень) находятся в противофазе с сезонами отдыха (лето, зима), поэтому корпоративный сегмент будет компенсировать падающий спрос в межсезонье», — согласен старший консультант департамента стратегического консалтинга Knight Frank Алексей Стрелецкий. По его словам, многие курортные и инфраструктурные проекты в Сочи развиваются крупными частными и государственными компаниями и с их стороны было бы логичным ожидать проведения конференций и корпоративных мероприятий именно в Сочи.

Алексей Лоссан

прямая
речь

А вы чего ждете
от сочинского форума?

C17

Ольга Голодец,
заместитель председателя
правительства России:

– От сотического форума я жду серьезного обсуждения современных общественно-экономических трендов. Перед нашей страной сегодня стоят как краткосрочные, так и долгосрочные задачи. Необходимо искать новые подходы в области рынка труда, социальных технологий. Именно поэтому мы предложили обсудить в рамках форума тему стратегии социального развития России до 2050 года. Соответствующий документ в настоящее время разрабатывается правительством. Уже сегодня необходимо закладывать фундамент для будущих поколений, и поэтому тема долгосрочного планирования представляется очень важной. Надеемся на конкретные предложения и полезные идеи от участников дискуссий.

Владимир Груздев,

губернатор Тульской области:

— Для нас это прежде всего презентация области и расширение контактов. Это большая площадка, и для нас участие в ней — возможность привлечь дополнительных инвесторов. Инвесторов много не бывает. В прошлом году мы уже принимали участие в форуме. Но в целом в мировой экономике 2012–2013 годы оказались непростым периодом для инвестиций. Тем не менее мы с надеждой смотрим в будущее и думаем, что участие Тульской области в сочинском форуме принесет дополнительные дивиденды.

Олег Богомолов,

губернатор Курганской области

— Новых встреч и новых возможностей. Общего видения того, что представляется на форуме. Мы уже принимали участие в этом форуме раньше, пытались привлечь средства и инвестиции — пока не получилось, но это быстро не делается. Ведется работа и в других направлениях. Смотрим, что нового появляется в других регионах, следим за созданием новых экономических зон, туристических зон и т. д. Все это очень интересно. Важно изучать опыт, который есть у других.

Олег Бетин.

губернатор Тамбовской области.

На форуме руководство страны должно озвучить изменение подходов к экономической политике, касающейся предстоящих изменений в бюджете и тарифного регулирования и создания механизма привлечения инвестиций. Также должны быть уточнены планы по исполнению намеченных целей в сфере ЖКХ, в аграрном комплексе, ведь субсидирование длинных кредитов приостановлено, и каков будет механизм вложения средств в развитие экономики. Сейчас важный момент – бюджетирование. Сейчас вокруг этого очень много тревог, и в октябре пройдет заседание Госсовета, на котором эта тема тоже будет подниматься. А исходя из принятых решений будет строиться региональная политика в сфере экономики. Так что едем на форум «Сочи-2013» с оптимизмом.

Олег Кувшинников,

губернатор Вологодской области:

Вологодская область станет участником панельных дискуссий по обсуждению вопросов привлечения инвестиций, в том числе в ЖКХ и туризме. В рамках дискуссии «Поддержка внешнеэкономической деятельности. Региональный аспект» мы планируем подписание соглашения между Министерством экономического развития РФ и правительством Вологодской области о взаимодействии во внешнеэкономической деятельности. Этим соглашением, по сути, мы определим действия Минэкономразвития России и правительства Вологодской области, направленные на реализацию внешнеэкономических мероприятий и инвестиционных проектов компаний, зарегистрированных на территории региона.

