

UDC 334

**SOCHI RESORT RECREATIONAL RESOURCES SURVEY AND WAYS TO INCREASE TRAVEL AND RECREATIONAL POTENTIAL USE**<sup>1</sup> Ulyana V. Laktionova<sup>2</sup> Lyubov E. Malyuta

<sup>1</sup> Sochi branch Russian State Social University  
Plastunskaya street 151/1, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia  
student

<sup>2</sup> Sochi branch Russian State Social University  
Plastunskaya street 151/1, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia  
Senior lecturer  
E-mail: tara\_999@mail.ru

The article gives overview of Sochi Resort recreational resources and concludes that one of the ways to provide Sochi sustainable development is to develop travel, treatment, congress and informational services export.

**Keywords:** Sochi Resort, services, recreation, potential.

Рыночная трансформация РФ вместе с геополитическими изменениями и этнополитическими конфликтами сильно отразилась на состоянии курортных городов России. В советский период рекреационные технологии были ориентированы на обслуживание массовых потоков рекреантов и удовлетворение потребностей среднего потребителя. Постоянный и массовый поток отдыхающих формировался благодаря дотациям государства и профсоюзов, компенсирующих до 90 % стоимости путевок. В переходный период финансовая поддержка существенно сократилась, что повлекло за собой падение объема платежеспособного рекреационного спроса населения.

В результате старые российские рекреационные районы и многочисленные туристско-рекреационные предприятия, расположенные на их территории, оказались на грани выживания. Ярким примером такой ситуации являет собой г. Сочи. Исторически развиваясь как всероссийская здравница, г. Сочи до недавнего времени переживал трансформационный упадок.

Собственные финансовые возможности у города невелики. Это объясняется ярко выраженной сезонностью деятельности курорта. «Высокий сезон», обеспечивающий 90–100 % заполняемости санаторно-курортных учреждений, длится с мая по октябрь. В остальное время базы отдыха простаивают или просто закрываются, увеличивая процент скрытой безработицы среди местного населения. Проблема «межсезонья» связана и с отсутствием разнообразных рекреационных услуг. В структуре услуг, предоставляемых санаторно-курортными учреждениями, 95 % сразу включаются в стоимость путевки и лишь 5 % являются дополнительными. На европейских курортах это соотношение принципиально иное: не более 40 % являются основными, а 60 % приходятся на дополнительные. Таким образом, базовая стоимость путевки может быть значительно снижена. Однако действующее налоговое законодательство заставляет администрацию санаторно-курортных учреждений включать полное медицинское обслуживание в стоимость, дабы избежать уплаты НДС. Наряду с сезонностью это оборачивается большими потерями для городского бюджета. В настоящее время доходами местного бюджета покрывается менее половины расходов, а остальное покрывается трансфертами из краевого и федерального бюджетов [1].

Важным ресурсом обновления рекреационно-курортной сферы стала приватизация. Продажа части акций таким крупным корпорациям как «Газпром», «ЛукОйл», «Шеврон» и др., несколько повысил экономическую эффективность санаториев и пансионатов, а также сделал возможным их реконструкцию, хотя, в целом, гостиничный фонд пока обновился незначительно. Превращение города Сочи в круглогодичный рекреационный центр связано с развитием событийного туризма, создания условий для проведения зрелищных мероприятий, организации развлечений, соревнований, спортивных игр. Последние годы в Сочи проводятся выставка-ярмарка «Курорты и туризм в России», организуемая Торгово-промышленной палатой г. Сочи, «Кинотавр», «Рок фестивали». Один из путей преодоления сезонности и расширения потенциала индустрии услуг в Сочи видится в создании горно-климатического курорта в

Красной Поляне. По мнению российских и зарубежных специалистов, в Красной Поляне имеются уникальные природные условия для организации международных горнолыжных трасс, соревнований по альпинизму и скалолазанию [2].

Объектами познавательного туризма являются и достопримечательности местной природы: дендропарк, парк «Ривьера», гора Ахун, Агурские водопады, Орлиные скалы, Воронцовская пещера, тиссо-самшитовая роща в Хосте, дельфинарии. В городах имеются музеи, концертные залы, театры.

Существуют и традиционные и новаторские пути повышения эффективности использования рекреационных объектов. В современных условиях первостепенное значение приобретают статус, форма собственности объекта, усиление его привлекательности. Наиболее трудным вопросом является определение формы собственности для каждого объекта на основе его экономической оценки. Передача рекреационных объектов в частное владение и частное рекреационное использование способно, во-первых, активизировать степень их использования, во-вторых, обеспечить им сохранность, в-третьих, создать дополнительные услуги [3]. Для создания и эксплуатации частных туристических объектов главное – разработать план, юридический и экономический механизмы, обеспечивающие безопасность и рентабельность. При надлежащем контроле частные владельцы (арендаторы рекреационных объектов) способны не только активно использовать, но и создавать ноу-хау, привлекать инвестиции, гарантировать сохранность самих объектов. При наличии необходимой законодательной базы владение частными лицами (организациями) рекреационных объектов обеспечивает гораздо больший приток туристов, а, следовательно, усиливает уровень развития рекреационной зоны в целом. Независимо от форм собственности и статуса должна быть организована активная кампания по усилению привлекательности туристских объектов. Сделать это можно следующим образом:

1. Путем создания разветвленной сети распространителей турпродукта (туров, кратковременных экскурсий на основе заимствования опыта зарубежных стран в этой сфере). Необходимо заинтересовать агентов путем получения комиссионных за каждого клиента, переориентировать интересы фирм на небольшие мобильные группы, komponующиеся в разных местах города и использующие обязательный принцип трансфера до места сбора и обратно, для чего подходит созданная сеть микроавтобусов. В нашей стране транспортная, временная, физическая и эмоциональная доступность объектов играет одну из главных ролей. Предлагаемый сервис должен стать очень навязчивым, как в основных туристских районах мира (особенно Турции, Египте). У нас это пока наблюдается только на вокзалах столицы в достаточно утрированном и убогом виде.

В качестве агентов может выступать практически каждый желающий – молодежь, пенсионеры, работающие, занимаясь этим параллельно основному занятию либо в свободное время. Такой эксперимент уже проводился в турфирме «Евротур» г. Смоленска. Результаты эксперимента оказались в целом положительными, однако они показали, что проблема России, прежде всего – в сформировавшемся менталитете наших граждан, не желающих работать в так называемом сетевом маркетинге, «на улице». С другой стороны, проблема – в негативном восприятии окружающих такого продвижения турпродукта, такой рекламы, возникшем в результате длительных и многочисленных фальсификаций и обманов [4].

2. Путем снижения цен на экскурсии, туры за счет рекламного участия отдельных фирм, заинтересованных в продаже и продвижении на рынок своих товаров. Для раскрутки отдельных объектов или маршрутов необходимо использовать опыт других стран: в частности, резкое снижение тарифов на транспорт, доставляющий туристов до места назначения, за счет рекламной кампании отдельных фирм, продвигающих свою продукцию возможным потребителям и выступающих спонсорами данного путешествия.

3. Путем создания необходимого уровня сервиса, необходимой инфраструктуры.

4. Путем усиления привлекательности и коммерческой ценности объектов для рекреационного использования, с одной стороны, с помощью активной рекламной кампании, усиления роли средств массовой информации в развитии региональной культуры, изучении наследия, его охране [5].

Один из главных факторов устойчивого развития г. Сочи связан с развитием экспорта туристических, медицинских, конгрессных и информационных услуг. Пока имеющиеся возможности используются недостаточно. Также недостаточно используется потенциал транспортно-географического положения города для экспорта транспортных и сопряженных услуг.

**Примечания:**

1. Берлин С.И. Теоретические основы формирования потенциала рекреационной зоны в условиях рынка: Препринт. Краснодар: Изд-во «Просвещение», 2008; Сарян А.А. Некоторые особенности развития приморских курортов в современных условиях // Вестник СГУТиКД. 2011. № 1. С. 49–52.
2. Берлин С.И. Экономический потенциал рекреационной зоны Краснодарского края: социально-экономическое состояние и прогноз развития. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008; Kontorskikh A.P., Mochalova L.I. Medical resources and structure of the spa complex of Sochi // European researcher. 2010. № 1. P. 104–107; Боков М.А., Геворгян А.С., Демерчян Н.С. Стратегия развития г. Сочи как курорта мирового уровня или туристской дестинации // Вестник СГУТиКД. 2011. № 1. С. 13–16; Романова Г.М., Нубарян Г.Д. Показатели туристского центра мирового уровня // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 13–24; Петрова С.В. Перспективы развития города Сочи как крупного туристского центра // Былые годы. Черноморский исторический журнал. 2007. № 4. С. 3–6; Verbin Yu.I. Services quality impact on formation of health resort product customer demand // European researcher. 2011. № 1. P. 72–76.
3. Долженко Г.П. О туристских ресурсах России // Актуальные вопросы теории и практики туризма. Труды. Выпуск 2. СПб., 2007.
4. Замуруева И., Симененко К., Агатов М. В гостях хорошо, а в Сочи лучше // Коммерсантъ daily. 2009. 8 июля.
5. Экономика современного туризма / Под ред. д-ра экон. наук Г.А. Карповой. М., СПб.: Издательский Торговый Дом Терда, 2009.

УДК 334

**ОБЗОР РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ  
И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА**<sup>1</sup>Ульяна Владимировна Лактионова<sup>2</sup>Любовь Ефремовна Малюта

<sup>1</sup> Российский государственный социальный университет филиал в г. Сочи  
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская, 151/1  
студент

<sup>2</sup> Российский государственный социальный университет филиал в г. Сочи  
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская, 151/1  
ст. преподаватель  
E-mail: tara\_999@mail.ru

В статье дан обзор рекреационных ресурсов города-курорта Сочи сделан вывод, что один из главных факторов устойчивого развития г. Сочи связан с развитием экспорта туристических, медицинских, конгрессных и информационных услуг.

**Ключевые слова:** город-курорт Сочи, услуги, рекреация, потенциал.