

### **Анализ ценовой политики средств размещения на рынке оздоровительного туризма**

<sup>1</sup> Галина Максимовна Романова

<sup>2</sup> Надежда Константиновна Сердюкова

<sup>3</sup> Дмитрий Анатольевич Сердюков

<sup>1</sup> Сочинский государственный университет, Россия  
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Доктор экономических наук, профессор  
E-mail: university@sutr.ru

<sup>2</sup> Сочинский государственный университет, Россия  
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Кандидат экономических наук, доцент  
E-mail: nserdyukova@sutr.ru

<sup>3</sup> Сочинский государственный университет, Россия  
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Младший научный сотрудник НИЦ  
E-mail: serdyukov@sutr.ru

**Аннотация.** В статье анализируются ценовая политика и динамика цен на турпродукт объектов размещения курортов Краснодарского края и Сочи, а также особенности партнерства объектов размещения с туристскими компаниями в части предоставления скидок с цен. На основе анализа прайс-листов объектов размещения рассчитаны средние цены на оздоровительные путевки категорий размещения от 3 до 5 звезд и коэффициенты сезонности цен. Авторы делают выводы об отрицательном влиянии текущей ценовой политики объектов размещения на конкурентоспособность турпродукта дестинаций оздоровительного туризма Краснодарского края и необходимости разработки подходов и рекомендаций по ценообразованию на уровне курортов для успешного продвижения турпродукта.

**Ключевые слова:** турпродукт; оздоровительный туризм; ценовая политика.

**Введение.** Эффективность системы продвижения туристского продукта напрямую связана с технологией его формирования и ценовой политикой поставщиков услуг и конечного турпродукта. Соотношение «цена – качество» является важнейшим фактором, влияющим на принятие потребителем решения о приобретении турпродукта на российском рынке. Поэтому технология ценообразования на услуги санаториев и пансионатов напрямую влияет на конкурентоспособность турпродукта российских дестинаций оздоровительного туризма и на успешность его продвижения на туристский рынок. Наши исследования показывают, что, по мнению потребителей, дороговизна услуг и несоответствие цен качеству турпродукта являются одними из наиболее важных проблем для развития внутреннего туризма в России [1]. Участвовавшие в опросе авторов в 2012 г. эксперты из числа руководителей туристско-рекреационных предприятий Сочи назвали высокие цены на услуги и несоответствие цен качеству в числе важнейших проблем развития туризма в Сочи [2]. Согласно последнему опросу потребителей, проведенному авторами в 2012 г., показатель соответствия цены качеству услуг российских дестинаций оздоровительного туризма был оценен респондентами на уровне 2,9 по 5-балльной шкале [2].

По мнению экспертов туристского рынка, в условиях высокой конкуренции и кризиса рыночный успех турпродукта можно обеспечить двумя способами: предложить рынку уникальный турпродукт или продукт по лучшей цене. Таким образом, ценовая политика объектов размещения, специализирующихся на оздоровительном туризме, оказывает огромное влияние на конкурентоспособность турпродукта дестинации оздоровительного туризма и успешность его продвижения на рынке.

**Материалы и методы.** Основой для настоящей статьи послужили многолетние исследования авторов на туристском рынке Сочи и Краснодарского края, базирующиеся на анализе информации о ценах на услуги санаториев и пансионатов, исследовании практики партнерства участников туристского рынка, анализе данных Управления по курортному делу и туризму Администрации г. Сочи, Министерства курортов и туризма Краснодарского края, а также данные опросов потребителей и экспертов, проведенных как самими авторами, так и учеными СГУ в рамках научно-исследовательских работ. Анализируемый период – с 2007 по 2013 гг. В качестве методов исследования использован статистический анализ, опросы экспертов и потребителей, анализ документальных источников.

**Обсуждение.** Вопросы ценообразования на производимый товар или услуги являются чрезвычайно важными для любой коммерческой организации, так как именно реализация продукта на рынке по ценам, сформированным на основании продуманной ценовой политики, позволяет участнику рынка трансформировать деятельность в реальный финансовый результат. В условиях рынка организованного туризма проблемы ценообразования на отдельные услуги и турпродукт являются важными для всех участников туристского рынка. Продуманная и эффективная ценовая стратегия позволяет обеспечить экономическую устойчивость деятельности, сгладить действие сезонных факторов, является существенным фактором конкурентоспособности турпродукта дестинации оздоровительного туризма на рынке [3]. Цены объектов размещения, специализирующихся на оздоровительном туризме, напрямую влияют на цену конечного продукта, реализуемого туроператорами и турагентами конечному потребителю. Стоимость услуг поставщиков составляет до 80% в продажной цене турпродукта. То есть туроператоры и турагенты практически не могут влиять на ценовую политику, а являются заложниками ценовой политики средств размещения и перевозчиков. Туроператоры могут лишь выбирать дестинации и поставщиков, которые предлагают лучшие цены и условия. Зачастую этот выбор не в пользу российских дестинаций и средств размещения. Поэтому механизм партнерства участников туристского рынка крайне важен для успешного продвижения турпродукта [3].

Кроме того, в российских регионах, и в частности в Краснодарском крае и городе Сочи, пока недостаточно используются современные технологии маркетинга туристских дестинаций. Опрос экспертов, проведенный нами в 2012 г., показал, что слабое применение маркетинговых технологий на уровне города Сочи, отсутствие бренда курорта и продуманной маркетинговой стратегии являются серьезными проблемами обеспечения конкурентоспособности Сочи как туристской дестинации и развития туризма в Сочи в постолимпийский период [2].

В условиях рыночной экономики всегда действует принцип экономической целесообразности любого механизма для всех его участников. Цена комплексного продукта, предлагаемого на рынке туроператорами через турагентов, должна быть не выше цены отдельных услуг, входящих в тур, приобретаемых напрямую у производителя. Для этого в практике мирового турбизнеса существует система скидок от розничных цен на услуги, которые производители туристских услуг предоставляют туроператорам и турагентам в качестве компенсации расходов на сбыт и вознаграждения. В практике сотрудничества объектов размещения курортов Краснодарского края с туристскими фирмами применяются следующие размеры скидок (вознаграждений) (см. таблицу 1).

В мировой практике агентские тарифы ниже опубликованных тарифов на 5–10%, туроператорские тарифы могут быть ниже опубликованных тарифов на 20–50%. Данные таблицы 1 основаны на анализе практики работы 200 объектов размещения на курортах Сочи, Красная Поляна, Анапа, Геленджик, Туапсинский район, Горячий ключ, Ейск. Опыт мирового туристского бизнеса доказал, что скидка – это не просто доход посредников, а возможность организовать качественный сбыт продукта на рынке при соблюдении определенного уровня цены на конечный продукт для потребителя как на рынке b2b, так и на рынке b2c [4].

Использование скидки или вознаграждения зависит от формы применяемого договора. При работе по агентскому договору или договору комиссии туроператору выплачивается вознаграждение, выраженное в процентах от опубликованных тарифов. При сотрудничестве по договору купли-продажи или договору оказания услуг туроператору предоставляются туроператорские тарифы – нетто-цены, рассчитанные на основании

опубликованных тарифов объекта размещения за вычетом специальной скидки для туроператора. Размер скидок (вознаграждений) может варьироваться по сезонам года.

Таблица 1

**Размер скидок (вознаграждения) для туристских фирм по договорам, применяемым объектами размещения Краснодарского края (в процентах от опубликованных цен)**

| Вид объекта размещения                      | Низкий сезон |        | Межсезонье |        | Высокий сезон, вкл. праздники |          |
|---------------------------------------------|--------------|--------|------------|--------|-------------------------------|----------|
|                                             | min-max*     | hit**  | min-max*   | hit**  | min-max*                      | hit**    |
| Санатории                                   | 5-15         | 5, 10  | 0-15       | 5, 10  | 0-10                          | 0, 5, 10 |
| Пансионаты, оздоровительные комплексы       | 10-20        | 10, 15 | 5-20       | 10, 15 | 0-20                          | 10, 15   |
| Гостиницы и аналогичные средства размещения | 10-20        | 10, 15 | 10-20      | 10, 15 | 0-20                          | 10, 15   |

\*размер предоставляемых скидок (вознаграждения) - от минимального до максимального уровня  
 \*\*наиболее распространенный размер скидки (вознаграждения)

В таблице 2 представлен анализ динамики средних цен на услуги объектов размещения курорта Сочи в секторе коллективных средств размещения: в целом по городу, по районам Сочи и по объектам размещения, специализирующимся на оздоровительном туризме.

Данные анализа средних цен показывают, что в среднем по Сочи с 2007 по 2012 гг. цены на размещение в секторе коллективных средств размещения выросли на 35%, по санаториям и пансионатам – на 66–67%. В определенные периоды наблюдался отрицательный прирост (2008, 2011), что объясняется кризисными явлениями в экономике и падением спроса.

Таблица 2

**Динамика среднегодовых цен по курорту Сочи в секторе коллективных средств размещения в 2007–2012 гг., в рублях с чел. в день**

|                                          | 2007        | 2008        | Прирост,<br>2008 к 2007 | 2009        | Прирост,<br>2009 к 2008 | 2010        | Прирост,<br>2010 к 2009 | 2011        | Прирост,<br>2011 к 2010 | 2012        | Прирост,<br>2012 к 2011 | Прирост,<br>2012 к 2007 |
|------------------------------------------|-------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Всего по Сочи</b>                     | <b>1775</b> | <b>1399</b> | <b>-21%</b>             | <b>1780</b> | <b>27%</b>              | <b>2049</b> | <b>15%</b>              | <b>1983</b> | <b>-3%</b>              | <b>2400</b> | <b>21%</b>              | <b>35%</b>              |
| в том числе по районам:                  |             |             |                         |             |                         |             |                         |             |                         |             |                         |                         |
| Адлерский                                | 1565        | 1397        | -11%                    | 2022        | 45%                     | 2151        | 6%                      | 2344        | 9%                      | 2430        | 4%                      | 55%                     |
| Лазаревский                              | 1198        | 989         | -17%                    | 1237        | 25%                     | 1512        | 22%                     | 1317        | -13%                    | 1662        | 26%                     | 39%                     |
| Хостинский                               | 1157        | 1348        | 17%                     | 1442        | 7%                      | 1656        | 15%                     | 1747        | 5%                      | 1816        | 4%                      | 57%                     |
| Центральный                              | 3889        | 2369        | -39%                    | 2751        | 16%                     | 2900        | 5%                      | 3275        | 13%                     | 4108        | 25%                     | 6%                      |
| в том числе по типам средств размещения: |             |             |                         |             |                         |             |                         |             |                         |             |                         |                         |
| Санатории и пансионаты с лечением        | 1232        | 1330        | 8%                      | 1455        | 9%                      | 1712        | 18%                     | 1721        | 1%                      | 2039        | 18%                     | 66%                     |
| Пансионаты и дома отдыха                 | 1252        | 1195        | -5%                     | 1831        | 53%                     | 2041        | 11%                     | 2290        | 12%                     | 2090        | -9%                     | 67%                     |

На основании анализа прайс-листов объектов размещения можно сделать вывод, что для средств размещения черноморских курортов Краснодарского края, в том числе Сочи, специализирующихся на оздоровительном отдыхе, к которым относятся санатории, пансионаты и СПА-отели, характерно следующее деление ценовых периодов по сезонам:

- низкий сезон – январь, февраль, март, ноябрь, декабрь;
- средний сезон (межсезонье) – апрель, май, октябрь;
- высокий сезон – июнь, июль, август, сентябрь.

Периоды праздников и крупных событий могут быть отнесены объектами размещения к среднему или высокому сезону или выделены в отдельный ценовой период в зависимости от ценовой политики и занимаемой рыночной позиции. Указанное распределение по сезонам подтверждается статистическими данными туристских администраций Сочи и Краснодарского края, а также данными о приеме туристов принимающих туроператоров [2].

Нами был проведен анализ текущих прайс-листов объектов размещения Сочи, Анапы, Геленджика и Туапсинского района, специализирующихся на оздоровительном отдыхе. Результаты анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Анализ средних цен и ценовой сезонности турпродукта объектов размещения Краснодарского края в 2013 г. (в рублях с человека в день)**

| Объект размещения (ОР)    | Дестинация и расположение   | Низкий сезон        |                                         | Средний сезон       |                                         | Высокий сезон       |                                 |
|---------------------------|-----------------------------|---------------------|-----------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------|---------------------|---------------------------------|
|                           |                             | Средняя цена сезона | Коэффициент сезонности цен <sup>1</sup> | Средняя цена сезона | Коэффициент сезонности цен <sup>1</sup> | Средняя цена сезона | Коэффициент цен ОР <sup>2</sup> |
| Пансионат 3*              | Большой Сочи, Адлер         | 1300                | 0,6                                     | 1615                | 0,7                                     | 2300                |                                 |
| Санаторий 3*              | Анапа, центр                | 1370                | 0,5                                     | 2030                | 0,8                                     | 2650                | 1,2                             |
| Санаторий 3*              | Геленджик, центр            | 1300                | 0,4                                     | 1420                | 0,5                                     | 3030                | 1,3                             |
| Пансионат 3*              | Большой Сочи, Хоста         | 1440                | 0,5                                     | 2000                | 0,6                                     | 3125                | 1,4                             |
| Санаторий 3*              | Большой Сочи, центр         | 1600                | 0,5                                     | 2500                | 0,8                                     | 3220                | 1,4                             |
| СПА-отель 3*              | Большой Сочи, центр         | 2950                | 0,9                                     | 3020                | 0,9                                     | 3300                | 1,4                             |
| Пансионат 3*              | Большой Сочи, Адлер         | 1500                | 0,4                                     | 1900                | 0,6                                     | 3350                | 1,5                             |
| <b>В среднем по ОР 3*</b> |                             | <b>1637</b>         | <b>0,5</b>                              | <b>2069</b>         | <b>0,7</b>                              | <b>2996</b>         | <b>1,3</b>                      |
| Санаторий 4*              | Анапа, центр                | 1770                | 0,5                                     | 2470                | 0,7                                     | 3570                |                                 |
| СПА-отель 4*              | Геленджик, центр            | 2900                | 0,7                                     | 3230                | 0,8                                     | 4030                | 1,1                             |
| СПА-отель 4*              | Большой Сочи, Лазаревское   |                     |                                         | 3230                | 0,8                                     | 4150                | 1,2                             |
| СПА-отель 4*              | Анапа, Пионерский проспект  |                     |                                         | 3000                | 0,7                                     | 4230                | 1,2                             |
| <b>В среднем по ОР 4*</b> |                             | <b>1450</b>         | <b>0,4</b>                              | <b>2983</b>         | <b>0,7</b>                              | <b>3995</b>         | <b>1,1</b>                      |
| Санаторий 5*              | Большой Сочи, Лазаревское   | 2750                | 0,6                                     | 2800                | 0,7                                     | 4280                |                                 |
| СПА-отель 5*              | Туапсинский район, Ольгинка | 4230                | 0,8                                     | 4230                | 0,8                                     | 5130                | 2,2                             |
| СПА-отель 5*              | Анапа, Пионерский проспект  |                     |                                         | 4600                | 0,7                                     | 6200                | 2,7                             |
| <b>В среднем по ОР 5*</b> |                             | <b>2115</b>         | <b>0,4</b>                              | <b>3877</b>         | <b>0,7</b>                              | <b>5203</b>         | <b>2,3</b>                      |

<sup>1</sup>коэффициент сезонности цен – показывает отношение цены указанного сезона к цене высокого сезона принятой за 1,0

<sup>2</sup>коэффициент цен объекта размещения - показывает отношение цены высокого сезона данного ОР к минимальной цене высокого сезона в данной категории размещения

Для итогового анализа были выбраны объекты размещения с хорошим соотношением «цена – качество» по набору оздоровительных услуг, включенных в цену путевки категорий 3–5\*, которые, по данным наших исследований, являются наиболее востребованными на рынке оздоровительного туризма в отечественной и мировой практике.

Единицей цен была выбрана цена на одного человека при размещении в двухместном стандартном номере данного средства размещения. Для каждого объекта размещения и в среднем по группе объектов размещения данной категории был рассчитан коэффициент сезонности цен, показывающий отношение цены данного сезона к принятой за единицу (1,0) цене высокого сезона, а также коэффициент цен объекта размещения (ОР), показывающий отношение цены данного ОР (группы ОР) к минимальной цене высокого сезона в данной группе объектов размещения.

Анализ показал, что коэффициент сезонности среднего сезона составил 0,7, коэффициент сезонности цен низкого сезона – 0,4–0,5. Коэффициент цен ОР внутри групп составил: 3\* – от 1,2 до 1,5; 4\* – от 1,1 до 1,2; 5\* – от 2,2 до 2,7 (наибольшая дифференциация цен высокого сезона внутри группы).

**Результаты.** Средние цены на оздоровительный турпродукт объектов размещения черноморских курортов Краснодарского края при размещении в стандартном двухместном номере в 2013 г. составляют (с человека в день):

- низкий сезон: 3\* – 1637 руб., 4\* – 1450 руб., 5\* – 2115 руб.
- средний сезон: 3\* – 2069 руб., 4\* – 2983 руб., 5\* – 3877 руб.
- высокий сезон: 3\* – 2996 руб., 4\* – 3995 руб., 5\* – 5203 руб.

Указанные цены включают размещение в двухместном стандартном номере, трехразовое питание, набор услуг, включая оздоровительные, согласно инфраструктуре объекта размещения.

Данные нашего исследования позволяют сделать следующие выводы:

- за период с 2007 по 2012 гг. на курорте Сочи средние цены в секторе коллективных средств размещения выросли в среднем на 35%, а в секторе санаториев и пансионатов – на 66%, что составляет значительный рост, который обуславливается, с одной стороны, олимпийской перспективой Сочи, а с другой – сокращением числа крупных санаториев и пансионатов в указанный период;

- объекты размещения курортов Краснодарского края, специализирующиеся на оздоровительном отдыхе, активно используют сезонную дифференциацию цен для привлечения туристов в периоды низкого и среднего сезона, что подтверждается полученными коэффициентами ценовой дифференциации;

- цены высокого сезона на оздоровительный турпродукт направлений Краснодарского края имеют достаточно высокий средний уровень по сравнению с ценами отелей зарубежных морских курортов, что отрицательно сказывается на конкурентоспособности турпродукта;

- дороговизна услуг санаториев и пансионатов Краснодарского края в высокий сезон привела к снижению спроса и падению прибытий туристов на курорты в секторе коллективных средств размещения в период с 2009 по 2012 гг. [2].

**Заключение.** Вопросы ценообразования и ценовой политики являются чрезвычайно важными для достижения рыночного успеха в условиях возрастающей конкуренции на рынке оздоровительного туризма. Несмотря на привлекательность оздоровительного отдыха на российских курортах для потребителей, фактор дороговизны услуг отрицательно сказывается на продажах российского турпродукта [2]. Для преодоления выявленных негативных тенденций необходима разработка рекомендаций и подходов к ценообразованию на оздоровительный турпродукт на уровне курортов и ассоциаций туристско-рекреационных предприятий. Это позволит повысить конкурентоспособность турпродукта и послужит основой создания эффективной системы продвижения турпродукта направлений оздоровительного туризма Краснодарского края.

#### **Примечания:**

1. Матющенко Н.С., Сердюкова Н.К., Кучерявая Н.А. Совершенствование управления экскурсионной деятельностью в городе-курорте Сочи на основе мониторинга рынка // Известия Сочинского государственного университета. 2011. № 2. С. 35-43.

2. Романова Г.М., Сердюкова Н.К., Сердюков Д.А. Оценка рекреационного потенциала развития оздоровительного туризма в России, Краснодарском крае и на курорте Сочи и анализ эффективности системы продвижения турпродукта дестинации оздоровительного туризма, основанные на общероссийских социально-экономических показателях, опросе потребителей, экспертных оценках и их статистической, аналитической обработке и графической интерпретации. (База данных) - Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2013620200. Зарегистрировано в Реестре баз данных 23.01.2013.

3. Сердюкова Н.К. Внутренний туризм: актуальные проблемы управления и развития // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). 2009. Том 7. № 3 (часть 3). С. 145-146.

4. Сердюкова Н.К., Гаврилец Г.Ю. Оценка современных тенденций продвижения туристского продукта // Известия Сочинского государственного университета. 2012. Т. 21. № 3. С. 90-95.

UDC 338.48

### **Analysis of Accommodation Facilities Pricing Policy in Health Tourism Market**

<sup>1</sup> Galina M. Romanova

<sup>2</sup> Nadezhda K. Serdyukova

<sup>3</sup> Dmitriy A. Serdyukov

<sup>1</sup> Sochi State University, Russia

Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000

Dr (Economy), Chancellor

E-mail: nserdyukova@sutr.ru

<sup>2</sup> Sochi State University, Russia

Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000

PhD (Economy), Associate Professor

E-mail: nserdyukova@sutr.ru

<sup>3</sup> Sochi State University, Russia

Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000

Research Centre Assistant

E-mail: serdyukov@sutr.ru

**Abstract.** The article analyses accommodation facilities tourist product pricing policy and price movement in Krasnodar Region resorts and Sochi and the features of accommodation facilities partnership with travel companies in terms of discounting. The average prices on recreation package of 3 up to 5-star accommodation facilities and the coefficient of prices seasonality were calculated, basing on the analysis of accommodation facilities price lists. The authors came to the conclusion that the current pricing policy has an adverse effect on the competitiveness of health tourism destinations tourist product in Krasnodar Region and that to promote tourist product efficiently the approaches to pricing policy in resorts should be developed.

**Keywords:** tourist product; health tourism; pricing policy.