



Аналитический отчет

«Анализ рынка туристических, гостиничных и санаторно-курортных услуг. Анализ гостиниц, пансионатов, санаториев, туристических агентств Москвы, Подмосковья, Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Краснодарского края, республики Крым, Казани, Алтайского края. Прогноз и перспективы развития рынка до 2018 года.»

Разработчик:
Консалтинговая компания
«EVENTUS Consulting»

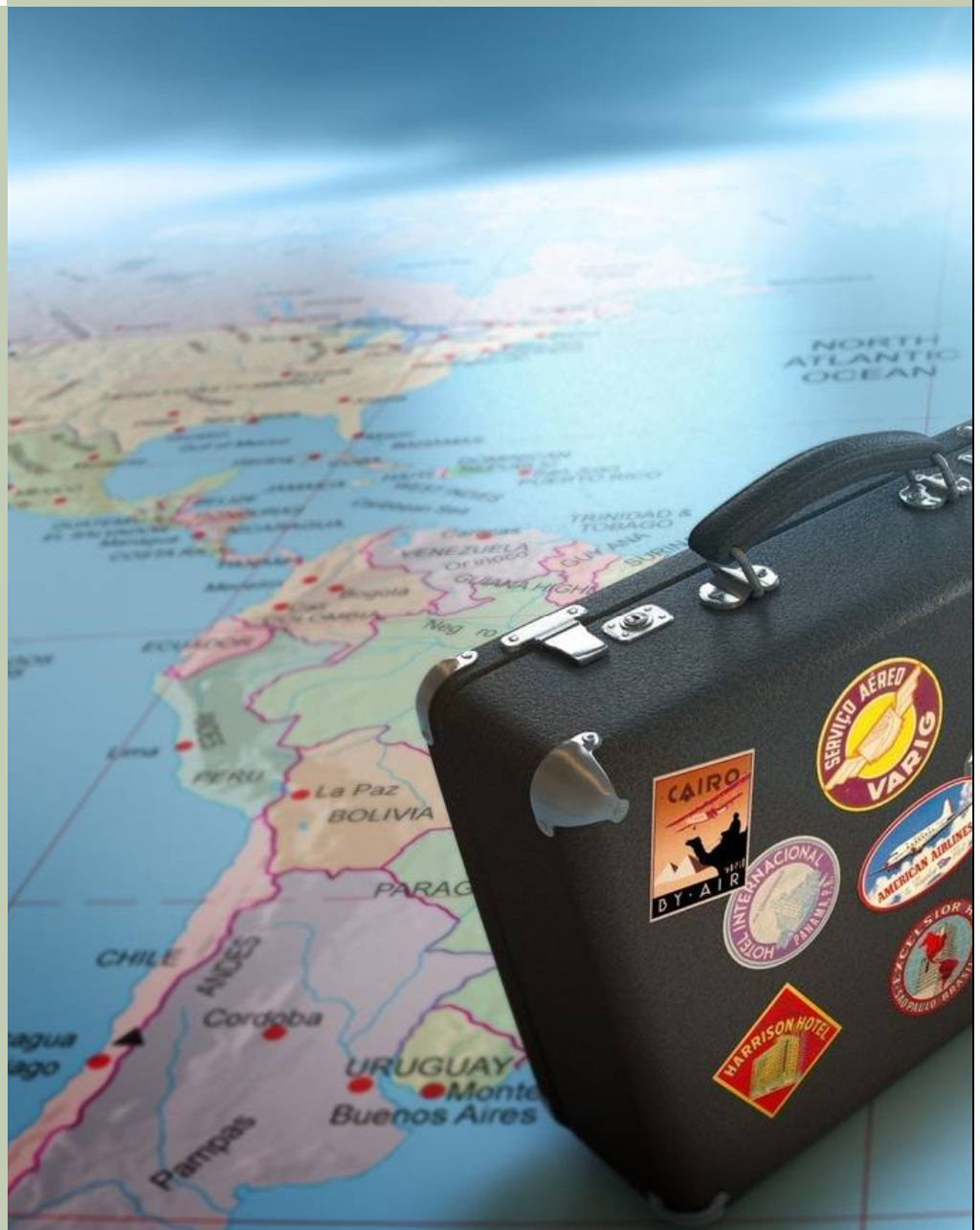
www.bp-eventus.ru

+7 (499) 340-70-12

info@bp-eventus.ru

market@bp-eventus.ru

Москва,
Май 2016



СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ 5

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ 5

ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА 5

ГЛАВА 1. РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ РФ 7

1.1. ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РЫНКА 7

1.1.1. Основные показатели деятельности организаций туриндустрии 2014-2015 гг. 7

1.1.2. Объем и динамика выручки туристических агентств 2013-2015 гг. 8

1.1.3. География продаж 9

1.1.4. Рентабельность продаж туристических услуг в регионах 10

1.1.5. Основные финансовые показатели деятельности туристических агентств 11

1.1.6. Организация комплексного туристического обслуживания 12

1.2. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ФИРМ 13

1.3. ВЫРУЧКА ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РФ.
КОЛИЧЕСТВО АГЕНТСТВ В РЕГИОНАХ. 14

1.4. КРУПНЕЙШИЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ АГЕНТСТВА ПО ВЫРУЧКЕ, ДОЛЯ НА
РЫНКЕ. КОНКУРЕНЦИЯ В ГОРОДАХ РФ. 17

1.4.1. Россия 17

1.4.2. Москва 18

1.4.3. Московская область 19

1.4.4. Санкт-Петербург 20

1.4.5. Краснодарский край 22

1.4.6. Крым 23

1.4.7. Новосибирск 24

1.4.8. Екатеринбург 25

1.4.9. Нижний Новгород 26

1.4.10. Казань 28

1.4.11. Челябинск 29

1.4.12. Самара 30

1.4.13. Ростов на Дону 32

1.4.14. Пермь 33

1.5. ДИНАМИКА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК В РФ И ИЗ РФ 2014-2015 гг. 34

1.5.1. Динамика выезда российских граждан за рубеж по наиболее популярным
направлениям 34

1.5.2. Динамика въезда иностранных граждан в РФ по наиболее популярным
направлениям 39

1.6. СПРОС В СФЕРЕ ТУРИЗМА (2013-2015 гг.) 44

1.6.1. Оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма 44

1.6.2. Оценка спроса на услуги в сфере въездного туризма 45

1.6.3. Оценка спроса на услуги в сфере выездного туризма 45

1.7. ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА 2016 г. 46

1.8. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА 2016-2019 гг. 58

1.9. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ 2016. ПРОГНОЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ
ПОТОКОВ 65

1.9.1 Предпочтения по отдыху в 2016 году 65



- 1.9.2. Тренды туристического рынка: направления путешествий россиян в 2016 году. Прогноз популярных направлений 67
- 1.10. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДО 2018 ГОДА 69

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЦ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ, А ТАКЖЕ ПРОЧИХ МЕСТ ВРЕМЕННОГО ПРОЖИВАНИЯ 72

- 2.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА 72
- 2.1.1. Объем и динамика выручки 2013-2015 гг. 72
- 2.1.2. География продаж 74
- 2.1.3. Рентабельность продаж в регионах 77
- 2.1.4. Объем и динамика инвестиций в региональном разрезе 81
- 2.2. ВЫРУЧКА ГОСТИНИЦ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РФ. КОЛИЧЕСТВО ГОСТИНИЦ В РЕГИОНАХ. 85
- 2.3. КРУПНЕЙШИЕ ГОСТИНИЦЫ ПО ВЫРУЧКЕ, ДОЛЯ НА РЫНКЕ 88
- 2.3.1. Россия 89
- 2.3.2. Москва (московский гостиничный рынок 2015, спрос, предложение, крупнейшие игроки и их доли на рынке, прогноз) 91
- Предложение на рынке Москвы 91*
- Новое предложение 2015и 2016 годов 91*
- Спрос на московском рынке 2015г. 93*
- Тенденции 2015-2016 гг. 94*
- Загрузка, доходность, анализ стоимости размещения в 2015 г. 95*
- Крупнейшие игроки московского гостиничного рынка, выручка, доля на рынке 98*
- 2.3.3. Московская область 99
- 2.3.4. Санкт-Петербург 100
- 2.3.5. Екатеринбург 102
- 2.3.6. Краснодарский край 102
- 2.3.7. Казань, республика Татарстан 103
- 2.3.8. Ростовская область 104
- 2.3.9. Самарская область 105
- 2.3.10. Пермский край 106
- 2.3.11. Калининградская область 106
- 2.3.12. Нижегородская область 107
- 2.3.13. Новосибирская область 109
- 2.3.14. Приморский край 110
- 2.3.15. Хабаровский край 111
- 2.3.16. Крым, Севастополь 112
- 2.3.17. Челябинская область 113
- 2.3.18. Воронежская область 114
- 2.3.19. Красноярский край 115
- 2.3.20. Иркутская область 116
- 2.3.21. Ярославская область 117
- 2.3.22. Ставропольский край 119
- 2.4. ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ, ПРОГНОЗ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В 2016 ГОДУ 120
- 2.4.1. Влияние мобильных технологий на гостиничный бизнес (исследование Oracle 2016) 120
- 2.4.2. Тенденция развития рынка брендированных гостиничных номеров в России и странах СНГ в 2016 году. Открытие брендированных гостиниц в городах РФ. 121
- 2.4.3. Тренды туристической индустрии в 2016 году. Ключевые факторы при выборе гостиницы/отеля 123
- 2.5. РЕЙТИНГ - ЛУЧШИЕ СЕМЕЙНЫЕ ОТЕЛИ РОССИИ 125

2.6. ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК МОСКВЫ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: ПРОГНОЗ НА 2016 ГОД	126
2.7 ЛУЧШИЕ ОТЕЛИ РОССИИ ПО МНЕНИЮ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ	127
2.8. ГОСТИНИЧНЫЙ МАРКЕТИНГ В ИНТЕРНЕТЕ	128
2.8.1. Управление репутацией	128
2.8.2. Адаптивная верстка сайта	128
2.8.3. Эффективные методы продвижения	128
2.8.4. Интегрирование инструментов рекламы	129
2.8.5. Digital-маркетинг	130
2.8.6. Более точный таргетинг	130
2.8.7. Визуальная информация	130
2.8.8. Лидогенерация	131
2.8.9. Увеличение доли внутреннего туризма	131
2.8.10 Тренды отельного маркетинга 2016 года	133
2.9. ПРОГНОЗ НА 2016 ГОД (СВРЕ)	136

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ РЫНКА ПАНСИОНАТОВ И ДОМОВ ОТДЫХА 139

3.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЫНКА ПАНСИОНАТОВ И ДОМОВ ОТДЫХА	139
3.1.1. Объем и динамика выручки 2013-2015 гг.	139
3.1.2. География продаж	139
3.1.3. Рентабельность продаж в регионах	141
3.1.4. Объем и динамика инвестиций в региональном разрезе	142
3.2. ВЫРУЧКА ПАНСИОНАТОВ И ДОМОВ ОТДЫХА В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РФ. КОЛИЧЕСТВО ПАНСИОНАТОВ В РЕГИОНАХ.	145
3.3. КРУПНЕЙШИЕ ПАНСИОНАТЫ И ДОМА ОТДЫХА ПО ВЫРУЧКЕ, ДОЛЯ НА РЫНКЕ	147
3.3.1. Россия	147
3.3.2. Московская область	149
3.3.3. Санкт-Петербург	150
3.3.4. Ленинградская область	150
3.3.5. Краснодарский край	151
3.3.6. Башкортостан	152
3.3.7. Крым и Севастополь	153
3.3.8. Самарская область	153
3.3.9. Новосибирская область	154
3.3.10. Москва	155
3.3.11. Свердловская область	156
3.3.12. Тверская область	156

ГЛАВА 4. АНАЛИЗ РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ 158

4.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЫНКА САНАТОРИЕВ	158
4.1.1. Объем и динамика выручки 2013-2015 гг.	158
4.1.2. Выручка по регионам РФ 2013-2015 гг.	158
4.1.3. Рентабельность продаж в регионах	160
4.1.4. Объем и динамика инвестиций в региональном разрезе	162
4.2. ВЫРУЧКА ПАНСИОНАТОВ И ДОМОВ ОТДЫХА В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РФ. КОЛИЧЕСТВО ПАНСИОНАТОВ В РЕГИОНАХ.	166
4.3. КРУПНЕЙШИЕ ПАНСИОНАТЫ И ДОМА ОТДЫХА ПО ВЫРУЧКЕ, ДОЛЯ НА РЫНКЕ	168
4.3.1. Россия	168
4.3.2. Краснодарский край	170

- 4.3.3. Ставропольский край 172
- 4.3.4. Москва 174
- 4.3.5. Башкортостан 175
- 4.3.6. Алтайский край 175
- 4.3.7. Санкт-Петербург 176
- 4.3.8. Пермский край 177
- 4.3.9. Московская область 178
- 4.3.10. Татарстан 179
- 4.4. ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА, ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА, ПУТИ РЕШЕНИЯ 180

ГЛАВА 5. ЦЕНОВОЙ АНАЛИЗ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ, УСЛУГ ДОМОВ ОТДЫХА И САНАТОРИЕВ 184

- 5.1. ГОДОВАЯ ДИНАМИКА ЦЕН 184
- 5.2. МЕСЯЧНАЯ ДИНАМИКА ЦЕН 185
- 5.3. ДИНАМИКА ЦЕН В РЕГИОНАХ РФ 186
 - 5.3.1. Гостиницы 186
 - 5.3.2. Санатории 189
 - 5.3.3. Дома отдыха, пансионаты 192

ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ 194

О КОМПАНИИ EVENTUS CONSULTING 203

Отчет по маркетинговому исследованию содержит четыре самостоятельных исследования:

- *туристический рынок в целом и исследование туристических агентств,*
- *рынок гостиниц и гостиничных услуг,*
- *рынок пансионатов и домов отдыха,*
- *рынок санаторно-курортных услуг и санаториев.*

Все разделы исследования содержат **анализ рынка и конкурентный анализ** в целом **по РФ и в разрезе крупнейших регионов и городов.**

Исследование проводилось в период апрель-май 2016 года. Данные отчета актуальны на начало 2016 года, прогнозные значения на 2016-2018 гг.

География исследования: РФ, Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Ленинградская область, Краснодарский край, Волгоград, Ростов на Дону, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск, Иркутск, Воронеж, Нижний Новгород, Казань, Самара, Челябинск, Пермь, Калининград и другие регионы РФ.

Исследование содержит информацию по основным рыночным показателям в целом по РФ и по исследуемым городам: объем рынка, география, количество организаций, объем инвестиций, спрос, предложение и другое. Представлены основные тенденции, проблемы и факторы, влияющие на рынок, а также прогноз развития рынка.

Выявлены и представлены действующие игроки рынка, их выручки от продаж и доли на региональных рынках. Отдельно представлен ценовой анализ рынка .

Полная версия отчета состоит из 203 страниц и включает 34 диаграммы и 94 таблицы.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования: Анализ российского и региональных рынков туристической отрасли в динамике с 2013 по 2015 год, включающий туристический рынок в целом, рынок гостиниц, пансионатов, домов отдыха и санаториев. Определение состояния, тенденций и потенциала рынка туризма в России, с учетом влияния основных факторов на рынок в настоящее время: снижение покупательной способности населения, изменение курсов валют, изменения на внешних рынках (запрет полетов в Турцию и Египет). Выявление трендов рынка и расчет основных его показателей в среднесрочной перспективе.

География исследования: РФ.

Задачи исследования:

1. Представить анализ туристического рынка и основных его показателей в динамике: объем рынка, география рынка, объем инвестиций, рентабельность продаж, динамика въезда, выезда, внутреннего туризма, спрос на рынке, инвестиционные проекты, тенденции, новости рынка, прогноз рынка до 2018 года и другое.
2. Провести и представить конкурентный анализ по выявленным игрокам в городах РФ на туристическом рынке, гостиничном рынке, рынке пансионатов и домов отдыха, рынке санаториев; представить выручку компаний и их долю на рынке.
3. Провести и представить анализ гостиничного рынка и основных его показателей в динамике: объем рынка, продажи в регионах, рентабельность продаж, инвестиции, количество гостиниц в городах РФ, их выручку и долю региона на российском рынке. Дать оценку спросу и предложению на рынке.
4. Провести и представить анализ рынка пансионатов и основных его показателей в динамике: объем рынка, продажи в регионах, рентабельность продаж, инвестиции, количество гостиниц в городах РФ, их выручку и долю региона на российском рынке и другое.
5. Провести и представить анализ рынка санаторно-курортных услуг и основных его показателей в динамике: объем рынка, продажи в регионах, рентабельность продаж, инвестиции, количество гостиниц в городах РФ, их выручку и долю региона на российском рынке.
6. Обозначить основные тенденции и прогнозы развития на туристическом, гостиничном, санаторно-курортном рынках. Представить потребительские предпочтения на текущий период и главные изменения рынка.
7. Представить ценовой анализ в регионах РФ на услуги гостиниц, санаториев, пансионатов и домов отдыха.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА



- Федеральная служба государственной статистики РФ (Росстат)
- Министерство экономического развития РФ
- Средства массовой информации (периодические издания, журналы)
- Данные отраслевых министерств, ведомств и союзов (Федеральное агентство по туризму, Союз туроператоров РФ, Российский союз туриндустрии и другие)
- Электронные источники (базы данных, интернет - ресурсы)
- Собственные базы данных «Эвентус консалтинг»
- Данные игроков рынка
- Данные международных исследований
- Данные отраслевых порталов и площадок

Список диаграмм:

- Диаграмма 1. Динамика выручки от деятельности туристических агентств в РФ, 2013-2015 гг.. тыс. руб.
- Диаграмма 2. Динамика выручки от деятельности по организации комплексного туристического обслуживания в РФ, 2013-2015 гг.. тыс. руб.
- Диаграмма 3. Выручка тур. агентств в городах РФ, тыс. руб.
- Диаграмма 4. Доли городов в выручке от деятельности тур. агентств, %
- Диаграмма 5. Количество тур. агентств в городах РФ, шт.
- Диаграмма 6. Предпочтения россиян по виду отдыха в 2016 году, %
- Диаграмма 7. Динамика выручки от деятельности гостиниц в РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Диаграмма 8. Динамика выручки от деятельности прочих мест для проживания в РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Диаграмма 9. Крупнейшие регионы по объему инвестиций в гостиничный бизнес за 1-3 кв. 2015 года, %
- Диаграмма 10. Объем инвестиций в основной капитал гостиничного бизнеса в городах РФ за 1-3 кв. 2015 года, тыс. руб.
- Диаграмма 11. Выручка гостиниц в городах РФ, тыс. руб.
- Диаграмма 12. Доли городов в выручке от деятельности гостиниц, %
- Диаграмма 13. Количество гостиниц в городах РФ, шт.
- Диаграмма 14. Распределение номерного фонда международных гостиничных операторов в городах РФ
- Диаграмма 15. Динамика гостиничного предложения в Москве по категориям гостиниц, 2013-2016гг.
- Диаграмма 16. Цены на гостиничном рынке по сегментам, 2014-2015 гг. руб.
- Диаграмма 17. Загрузка гостиниц Москвы по классам, 2014-2015 гг., %
- Диаграмма 18. Рублевая доходность на номер по классам гостиниц в Москве, 2014-2015 гг.
- Диаграмма 19. Доля России среди стран ближнего зарубежья по количеству открытых в 2015 году брендированных гостиниц
- Диаграмма 20. Доля России среди стран ближнего зарубежья, по количеству открываемых в 2016 году брендированных гостиниц
- Диаграмма 21. Динамика выручки от деятельности пансионатов и домов отдыха в РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Диаграмма 22. Крупнейшие регионы по объему инвестиций в деятельность пансионатов и домов отдыха за 1-3 кв. 2015 года, %
- Диаграмма 23. Объем инвестиций в основной капитал пансионатов и домов отдыха в регионах РФ за 1-3 кв. 2015 года, тыс. руб.
- Диаграмма 24. Выручка пансионатов и домов отдыха в регионах РФ, тыс. руб.
- Диаграмма 25. Доли регионов в выручке от деятельности пансионатов и домов отдыха, %
- Диаграмма 26. Количество пансионатов и домов отдыха в регионах РФ, шт.
- Диаграмма 27. Динамика выручки от деятельности санаториев в РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Диаграмма 28. Крупнейшие регионы по объему инвестиций в деятельность санаториев за 1-3 кв. 2015 года, %
- Диаграмма 29. Объем инвестиций в основной капитал санаториев в регионах РФ за 1-3 кв. 2015 года, тыс. руб.
- Диаграмма 30. Выручка санаториев в регионах РФ, тыс. руб.
- Диаграмма 31. Доли регионов в выручке от деятельности санаториев, %
- Диаграмма 32. Количество санаториев в регионах РФ, шт.
- Диаграмма 33. Динамика потребительских цен на услуги санаториев, гостиниц, домов отдыха, 2007-2015 гг.
- Диаграмма 34. Помесячная динамика потребительских цен на услуги санаториев,

гостиниц, домов отдыха, 2007-2015 гг.

Список таблиц:

- Таблица 1. Выручка организаций туриндустрии, тыс. руб.
- Таблица 2. Отдельные показатели деятельности организаций туриндустрии (по сумме кодов ОКВЭД-2007, входящих в собирательную группировку "Туризм") 2014-2015 гг.
- Таблица 3. География продаж туристических агентств (по регионам РФ) 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 4. Рентабельность продаж туристических агентств (по регионам РФ) 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 5. Основные финансовые показатели деятельности туристических агентств 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 6. Выручка от организации комплексного туристического обслуживания (по регионам РФ) 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 7. Основные показатели деятельности туристских фирм, 2005-2014 гг.
- Таблица 8. Крупнейшие туристические агентства России по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 9. Крупнейшие туристические агентства Москвы по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 10. Крупнейшие туристические агентства Московской области по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 11. Крупнейшие туристические агентства Санкт-Петербурга по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 12. Крупнейшие туристические агентства Краснодарского края по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 13. Крупнейшие туристические агентства Крыма по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 14. Крупнейшие туристические агентства Новосибирска по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 15. Крупнейшие туристические агентства Екатеринбурга по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 16. Крупнейшие туристические агентства Нижнего Новгорода по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 17. Крупнейшие туристические агентства Казани по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 18. Крупнейшие туристические агентства Челябинска по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 19. Крупнейшие туристические агентства Самары по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 20. Крупнейшие туристические агентства Ростова на Дону по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 21. Крупнейшие туристические агентства Перми по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.
- Таблица 22. Динамика выезда российских граждан за рубеж по наиболее популярным направлениям, 2014-2015 гг.
- Таблица 23. Число выездных туристских поездок по странам, тысяч единиц 2015 г.
- Таблица 24. Динамика въезда иностранных граждан в РФ по наиболее популярным направлениям, 2014-2015 гг.
- Таблица 25. Число въездных туристских поездок по странам, тысяч единиц 2015 г.
- Таблица 26. Оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма 2013-2015 гг. (данные Росстата)
- Таблица 27. Оценка спроса на услуги в сфере въездного туризма 2013-2015 гг. (данные

Росстата)

Таблица 28. Оценка спроса на услуги в сфере выездного туризма 2013-2015 гг. (данные Росстата)

Таблица 29. Инвестиционные проекты в сфере туризма (название, регион, цели, задачи, этапы, сроки и стоимость) 2016-2019 гг.

Таблица 30. Топ-15 зарубежных направлений, которые будут популярны среди россиян в 2016 году

Таблица 31. Прогноз развития рынка до 2018 года

Таблица 32. Выручка гостиниц России, тыс. руб. (по данным отчетностей и по данным Росстата)

Таблица 33. Динамика выручки от продаж гостиниц в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 34. Динамика выручки от продаж прочих мест коллективного размещения в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 35. Динамика рентабельности от продаж гостиниц в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 36. Динамика рентабельности от продаж прочих мест коллективного размещения в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 37. Объем и динамика инвестиций в основной капитал гостиничного бизнеса в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 38. Крупнейшие гостиницы России (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 39. Новое предложение на гостиничном рынке Москвы, 2015-2016 гг.

Таблица 40. Крупнейшие гостиницы Москвы (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 41. Крупнейшие гостиницы Московской области (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 42. Крупнейшие гостиницы Санкт-Петербурга (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 43. Крупнейшие гостиницы Екатеринбурга (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 44. Крупнейшие гостиницы Краснодарского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 45. Крупнейшие гостиницы Казани (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 46. Крупнейшие гостиницы Ростовской области (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 47. Крупнейшие гостиницы Самарской области (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 48. Крупнейшие гостиницы Пермского края (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 49. Крупнейшие гостиницы Калининградской области (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 50. Крупнейшие гостиницы Нижегородской области (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 51. Крупнейшие гостиницы Новосибирской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 52. Крупнейшие гостиницы Приморского края (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 53. Крупнейшие гостиницы Хабаровского края (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 54. Крупнейшие гостиницы Крыма (чья доля рынка превышает 1%), доля на

рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 55. Крупнейшие гостиницы Челябинской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 56. Крупнейшие гостиницы Воронежской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 57. Крупнейшие гостиницы Красноярского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 58. Крупнейшие гостиницы Иркутской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 59. Крупнейшие гостиницы Ярославской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 60. Крупнейшие гостиницы Ставропольского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 61. Выручка пансионатов и домов отдыха по данным Росстата и данным отчетностей компаний, тыс. руб.

Таблица 62. Динамика выручки от продаж пансионатов и домов отдыха в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 63. Динамика рентабельности от продаж пансионатов и домов отдыха в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 64. Динамика инвестиций в основной капитал пансионатов и домов отдыха в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 65. Крупнейшие пансионаты России (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 66. Крупнейшие пансионаты Московской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 67. Крупнейшие пансионаты Санкт-Петербурга (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

3.3.4. Ленинградская область

Таблица 68. Крупнейшие пансионаты Ленинградской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 69. Крупнейшие пансионаты Краснодарского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 70. Крупнейшие пансионаты Башкортостана (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 71. Крупнейшие пансионаты Крыма (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 72. Крупнейшие пансионаты Самарской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 73. Крупнейшие пансионаты Новосибирской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 74. Крупнейшие пансионаты Москвы (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 75. Крупнейшие пансионаты Свердловской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 76. Крупнейшие пансионаты Тверской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

Таблица 77. Динамика выручки от продаж санаториев в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 78. Динамика рентабельности от продаж санаториев в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 79. Динамика инвестиций в основной капитал санаториев в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

- Таблица 80. Крупнейшие санатории России (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 81. Крупнейшие санатории Краснодарского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 82. Крупнейшие санатории Ставропольского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 83. Крупнейшие санатории Москвы (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 84. Крупнейшие санатории Башкортостана (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 85. Крупнейшие санатории Алтайского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 86. Крупнейшие санатории Санкт-Петербурга (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 87. Крупнейшие санатории Пермского края (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 88. Крупнейшие санатории Московской области (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 89. Крупнейшие санатории Татарстана (чья доля рынка превышает 1%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.
- Таблица 90. Годовая динамика цен на услуги гостиниц, санаториев, пансионатов, 2007-2015, руб.
- Таблица 91. Месячная динамика цен на услуги гостиниц, санаториев, пансионатов, 2015-январь 2016, руб.
- Таблица 92. Годовая динамика цен на услуги гостиниц в регионах РФ, 2007-2015, руб.
- Таблица 93. Годовая динамика цен на услуги санаториев в регионах РФ, 2007-2015, руб.
- Таблица 94. Годовая динамика цен на услуги пансионатов и домов отдыха в регионах РФ, 2007-2015, руб.

***** , ***** ***** ***** ***** ***** ** *****
 ***** ***** ***** ***** * ***** * ***** ***** ***** ***** *
 ***** ***** ***** * ***** * ***** * ***** 1,5 ***** *****

Есть и положительные тенденции в туристическом бизнесе: средняя численность работников увеличилась на 22% в 2015 году, заработная плата выросла на 6%.

Отдельные показатели деятельности организаций туристической индустрии (по сумме кодов ОКВЭД-2007, входящих в собирательную группировку "Туризм")

Наименование статистических показателей	Единица измерения	2014 г.	2015 г.
Число организаций ¹	единица		
Средняя численность работников ¹	чел.		
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера) ¹	чел.		
Среднемесячная начисленная заработная плата работников ¹	руб.		
Оборот ¹	млрд. рублей		
Инвестиции в основной капитал ¹	млрд. рублей		
Выручка (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) ²	млрд. рублей		
Прибыль ²	млрд. рублей		
Убыток ²	млрд. рублей		
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) ²	млрд. рублей		
Число прибыльных организаций ²	единица		
Число убыточных организаций ²	единица		
Наличие основных фондов по полной учетной стоимости на конец года ³	млрд. рублей		
Наличие основных фондов на конец года по остаточной балансовой стоимости ³	млрд. рублей		
Ввод новых основных фондов (значение показателя за год) ³	млрд. рублей		
Степень износа основных фондов на конец года ³	процент		
Ввод в действие объектов туризма ¹			
гостиницы	мест		
санатории	коек		
дома отдыха	мест		
туристские базы	мест		
мотели	мест		
кемпинги	мест		

Таблица 2. Отдельные показатели деятельности организаций туристической индустрии (по сумме кодов ОКВЭД-2007, входящих в собирательную группировку "Туризм") 2014-2015 гг.

¹ Без учета субъектов малого предпринимательства.

² По полному кругу организаций (без учета индивидуальных предпринимателей).

³ Без учета субъектов малого предпринимательства (по кодам ОКВЭД: 55.10, 55.30, 55.40, 60.21.3, 60.22, 60.23, 61.10.1, 61.20.1, 63.3, 71.10, 92.13, 92.71, 92.72).

1.1.2. Объем и динамика выручки туристических агентств 2013-2015 гг.

По данным Росстат за 1-3 квартал 2015 года и оценке компании Эвентус консалтинг выручка от деятельности туристических агентств в 2015 году выросла на 14% по сравнению с 2014 годом и составила *** млрд. руб. В 2014 году объем выручки

сократился на ***%.

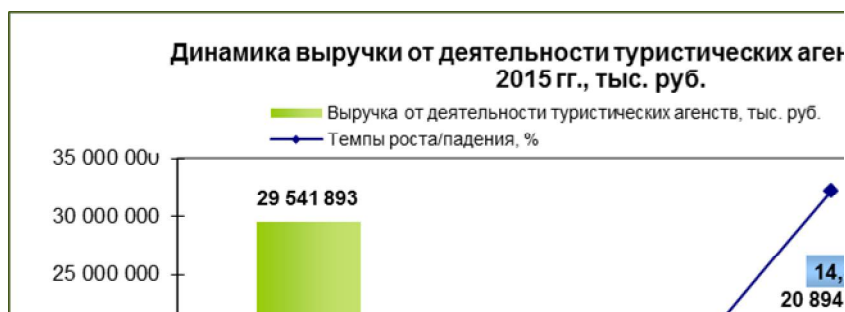


Диаграмма 1. Динамика выручки от деятельности туристических агентств в РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.¹

1.1.3. География продаж

Наибольший объем продаж туристических агентств приходится на Москву и Московскую область. Выручка турагентств Москвы составила за 1-3 кв. 2015 года *** млрд. руб., что составляет ***% от общероссийской выручки. Выручка турагентств Московской области заметно выросла в 2015 году и за первые три квартала составила *** млрд. руб., что дает **% общероссийской выручки.

По **% в общероссийском объеме занимает Крым и Хабаровский край. По ***% приходится на Пермский край и Амурскую область, доли остальных регионов по данным Росстат составляют менее **%.

	2013	2014	2015 (1-3 кв)	Доля в общ. Объем, %
Россия	29 541 893			
Москва	9 731 828			
Московская область	3 577 385			
Крым, Республика	0			
Хабаровский край	561 604			
Пермский край	136 517			
Амурская область	257 301			
Псковская область	33 012			
Свердловская область	241 594			
Тюменская область	60 189			
Ханты-Мансийский автономный округ Югра	60 189			
Краснодарский край	27 136			
Ярославская область	63 354			
Саха, Республика	29 090			
Вологодская область	0			
Ставропольский край	0			
Томская область	30 357			
Удмуртская Республика	5 030			
Белгородская область	0			

¹ Источник: Росстат, расчет компании «Эвентус консалтинг»

		2013				2014				2015		
		1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Астраханская область	проц											
Забайкальский край	проц	52,2	47,6	100,0	48,3							
Красноярский край	проц	79,3	171,1	36,6								
Башкортостан, Республика	проц											
Приморский край	проц	15,6	13,5	14,7	22,0							
Новосибирская область	проц	13,8	-5,9	-0,3	22,6							
Севастополь	проц											
Омская область	проц	9,4	-24,2	6,9	24,2							
Алтай, Республика	проц	-560,6	-41,3	45,2	24,3							
Ивановская область	проц											
Мурманская область	проц				-4 841,7							
Санкт-Петербург	проц	2,7	-5,0	3,0	4,2							
Кемеровская область	проц	-23,6	-11,7	-35,2	26,0							
Ярославская область	проц	-89,6	-10,3	10,8	1,4							
Вологодская область	проц											
Ставропольский край	проц											

Таблица 4. Рентабельность продаж туристических агентств (по регионам РФ) 2013-2015 гг., тыс. руб.

1.1.5. Основные финансовые показатели деятельности туристических агентств

В 2015 году заметно вырос объем инвестиций, направленных в основной капитал отрасли на ****% с *** млн. руб. за 1-3 кв. 2014 года до *** млн. руб. за 1-3 кв. 2015 года.

	2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Накоплено долгосрочных финансовых вложений на конец отчетного года							
Накоплено краткосрочных финансовых вложений на конец отчетного года							
Инвестиции в основной капитал							
Привлеченные средства, направленные на инвестиции в основной капитал							
Инвестиции в машины, оборудование, транспортные средства							
Инвестиции в здания (кроме жилых) и сооружения							
Собственные средства, направленные на инвестиции в основной капитал							

Таблица 5. Основные финансовые показатели деятельности туристических агентств 2013-2015 гг., тыс. руб.



1.1.6. Организация комплексного туристического обслуживания

Выручка от деятельности по организации комплексного туристического обслуживания в 2014 году сократилась более чем в два раза. В 2015 году по оценочным данным темпы спада замедлились, и сокращение составило порядка 15%. Объем выручки – *** млрд. руб.

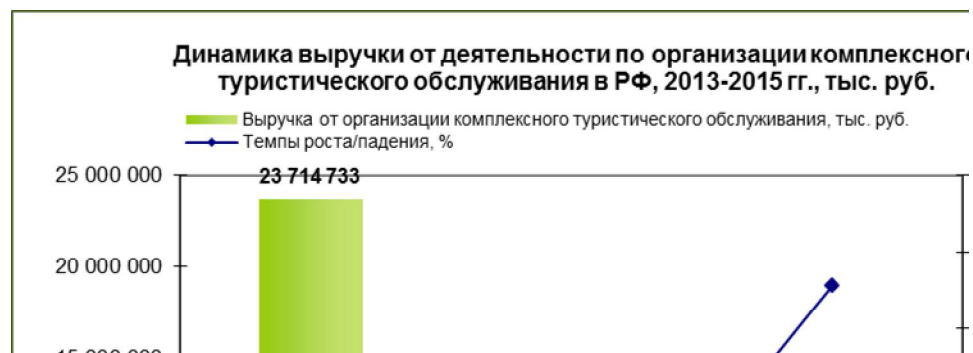


Диаграмма 2. Динамика выручки от деятельности по организации комплексного туристического обслуживания в РФ, 2013-2015 гг.. тыс. руб.

Регионы с наибольшей выручкой от организации комплексного туристического обслуживания: Москва, Хабаровский край, Пермский край, Амурская, Московская область, Псковская область, и т.д.

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Россия											
Москва											
Хабаровский край											
Пермский край											
Амурская область											
Московская область											
Псковская область											
Крым, Республика											
Свердловская область											
Тюменская область											
Ханты-Мансийский автономный округ Югра											
Саха, Республика											
Краснодарский край											
Ставропольский край											
Удмуртская Республика											
Ярославская область											
Астраханская область											

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Забайкальский край											
Красноярский край											
Башкортостан, Республика											
Приморский край											
Новосибирская область											
Омская область											
Алтай, Республика											
Ивановская область											
Мурманская область											
Санкт-Петербург											
Кемеровская область											

Таблица 6. Выручка от организации комплексного туристического обслуживания (по регионам РФ) 2013-2015 гг., тыс. руб.

1.2. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ФИРМ

Последние несколько лет туристический рынок активно развивался, число туристических фирм ежегодно увеличивалось, при этом число фирм занимавшихся туроператорской деятельностью немного сократилось, а вот количество фирм занимающихся турагентской деятельностью заметно выросло.

Количество реализованных туристических пакетов с 2010 по 2013 годы росло в среднем на 10% в год, в 2014 сокращение составило почти 19%, при этом выросло количество отдыхающих в России и сократилось на 23% количество отдыхающих за границей.

В стоимостном выражении количество туристических пакетов сократилось гораздо меньше – на 2,58%, данный факт сложился благодаря девальвации рубля и резкому скачку курса доллара и евро, что удорожание туристических путевок как по России, но в большей степени конечно же за рубеж.

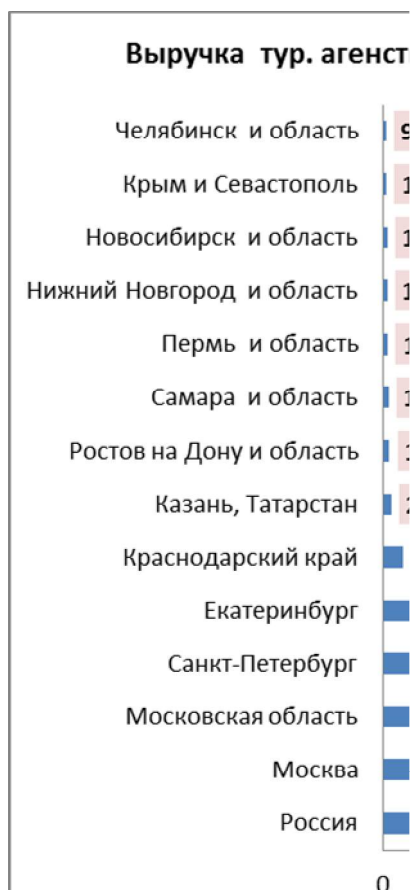
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число туристических фирм (на конец года) - всего	5079	5842	6639	6477	6897	9133	10266	10773	11324	11614
в том числе занимались:										
туроператорской деятельностью	970	1007	1008	928	906	1193	548	463	478	445
туроператорской и турагентской деятельностью	1351	1441	1362	1306
турагентской деятельностью	3523	4060	4761	4787	5238	6941	7787	8265	8936	9307
только продвижением туров (путевок)	149	174	183	164	125	184
иной туристской деятельностью	271	350	377	290	281	332
только экскурсионной деятельностью	166	251	310	308	347	483	580	604	548	556
Средняя численность работников (включая внешних совместителей и работников несписочного состава), тыс. человек	35	41	44	42	40	48	47	49	50	45
Число реализованных населению турпакетов – всего, тыс.	4326	4641	5819	4305	3666	4358	4427	4763	5384	4384

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
из них гражданам России:										
по территории России	1378	1460	1659	1030	830	872	929	905	969	992
по зарубежным странам	2748	3027	4057	3183	2772	3367	3326	3738	4240	3253
Стоимость реализованных населению турпакетов – всего, млн. руб.	76301	88749	124133	117811	128243	167933	175366	208118	249898	243453
из них гражданам России:										
по территории России	13757	20761	26761	17736	15558	18343	21265	22746	23876	25444
по зарубежным странам	52727	66578	96307	98940	111642	148148	152610	183309	222002	214308

Таблица 7. Основные показатели деятельности туристских фирм, 2005-2014 гг.

1.3. ВЫРУЧКА ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РФ. КОЛИЧЕСТВО АГЕНТСТВ В РЕГИОНАХ.

По данным отчетностей компаний занимающихся турагентской деятельностью, выручка по России составила *** млрд. руб. Выручка Москвы *** млрд. руб. Далее следуют Московская область, Санкт-Петербург и Екатеринбург, выручка в данных регионах составляет порядка *** млрд. руб. Чуть меньше в Краснодарском крае – *** млрд. руб.

Диаграмма 3. Выручка тур. агентств в городах РФ, тыс. руб.²

Доля Москвы по выручке составила 44%, Московской области и Санкт-Петербурга – по 7%, Екатеринбург 6%, Краснодарский край – 5%, республика Татарстан занимает порядка 2%. Доли остальных регионов не превышают 1%.

² Источник: по данным отчетностей компаний



Диаграмма 4. Доли городов в выручке от деятельности тур. агентств, %

Количество организаций, занимающихся туристической деятельностью составляло более *** тысяч. Наибольшее количество располагалось в Москве – *** тыс. шт. Далее следует Санкт-Петербург – *** шт, Екатеринбург – *** шт., Краснодарский край – *** шт, Московская область – *** шт. и т.д.



Диаграмма 5. Количество тур. агентств в городах РФ, шт.

1.4. КРУПНЕЙШИЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ АГЕНТСТВА ПО ВЫРУЧКЕ, ДОЛЯ НА РЫНКЕ. КОНКУРЕНЦИЯ В ГОРОДАХ РФ.

1.4.1. Россия

Крупнейшим туристическим агентством по итогам 2014 года по объему выручки стало ООО «*****» (*****), доля компании составила **%, а объем выручки *** млрд. руб. Далее следует «****» (Москва), доля **%, выручка *** млрд. руб. Тройку лидеров замыкает «*****», доля 2%, выручка *** млрд. руб.

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке, %	Регион
		3%	Московская область
		2%	Москва
		2%	Москва
		2%	Москва
		1%	Краснодарский край
		1%	Свердловская область
		1%	Оренбургская область
"ЮЖНЫЙ КРЕСТ ТРЭВЕЛ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ			Москва
			Москва
			Татарстан, Республика
			Москва
		1%	Московская область
		1%	Краснодарский край
		1%	Москва
		1%	Москва

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке, %	Регион
		1%	Московская область
		1%	Москва
		1%	Приморский край
		1%	Иркутская область
		1%	Москва
		1%	Ростовская область
		1%	Свердловская область
		1%	Москва
		1%	Москва
		1%	Свердловская область
		1%	Москва

Таблица 8. Крупнейшие туристические агентства России по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.

1.4.2. Москва

Крупнейшим туристическим агентством Москвы по объему выручки стало «*****», доля 5%, выручка *** млрд. руб.. Далее следует «****», доля *%, выручка *** млрд. руб.. Тройку лидеров замыкает «*****», доля ****%, выручка *** млрд. руб. Четвертое место «Южный крест», пятое место «Данко тревел».

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
"ЮЖНЫЙ КРЕСТ ТРЭВЕЛ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		3%
"ДАНКО ТРЭВЕЛ КОМПАНИ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		2%
		2%
		2%
		2%
		2%
		2%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
"ЮТС", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
"НАТАЛИ ТУРС", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
		1%
		1%

Таблица 9. Крупнейшие туристические агентства Москвы по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.

1.4.3. Московская область



1.4.5. Краснодарский край

1.4.6. Крым

Крупнейшим туристическим агентством республики Крым по итогам 2014 года по объему выручки стала «*****», доля 21% выручка **** млрд. руб.. Далее следует «*****», доля 15%, выручка *** млрд. руб.. Тройку лидеров замыкает «АГЕНТСТВО *****», доля 13%, выручка *** млрд. руб.

Высококонкурентный рынок с присутствием большого числа компаний и четырех лидеров рынка.

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
		21%
		15%
		13%
		11%
		5%
"АРТАНД-КРЫМ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		4%
"ЮБК", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		3%
		3%
		2%
		2%
		2%
		2%
		1%
		1%
		1%
		1%
"АЛЬБАТРОС-КРЫМ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
		1%

Таблица 11. Крупнейшие туристические агентства Крыма по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.

1.4.7. Новосибирск

1.4.8. Екатеринбург

1.4.9. Нижний Новгород

Рынок турагенств Нижнего Новгорода характеризуется большим количеством средних и мелких организаций и присутствием одного лидера рынка, чья доля по итогам 2014 года составила более 20%.

Крупнейшим туристическим агентством Нижнего Новгорода по итогам 2014 года по объему выручки стало ООО «*****», доля 21% выручка **** млн. руб.. Далее следует «****», доля 4%, выручка *** млн. руб.. Тройку лидеров замыкает «*****», доля 3%, выручка *** млн. руб.

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
		21%
		4%
		3%

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
		3%
		3%
		2%
		2%
		2%
		2%
"МЕГА ТУР КАЗАНЬ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
"ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ "БУРЕВЕСТНИК", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
"ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ "ТРОЙКА-ПЛЮС К", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
"СКАЙЛЭНД ТРЭВЕЛ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
		1%
		1%
		1%
		1%
"МЕГА ТУР", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%
"ЭЛАЙО-РУС", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		1%

Таблица 13. Крупнейшие туристические агентства Казани по выручке, доля на рынке, регион, тыс. руб.

1.4.11. Челябинск

1.4.12. Самара

1.4.13. Ростов на Дону

1.4.14. Пермь

1.5. ДИНАМИКА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК В РФ И ИЗ РФ 2014-2015 гг.

1.5.1. Динамика выезда российских граждан за рубеж по наиболее популярным направлениям

Выездной туризм российских граждан сократился за первые три квартала 2015 года на 31% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. Сокращения наблюдались по всем направлениям, за исключением Бельгии и Румынии, где был зафиксирован рост.

Страны	Цели поездки	9 мес. 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности российских граждан, выехавших за рубеж за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 2014 г. (+ - %)
Австрия	Всего	274 270	190 716	-30
	Туризм	182 459	113 054	-38
	Служебная	11 483	10 308	-10
Бельгия	Всего	57 300	63 231	10
	Туризм	35 748	35 852	0
	Служебная	4 075	4 829	19
Болгария	Всего	563 141	417 286	-26
	Туризм	481 209	339 827	-29
	Служебная	2 214	2 215	0
Великобритания	Всего	268 510	214 139	-20
	Туризм	143 111	93 480	-35
	Служебная	14 254	14 715	3
Венгрия	Всего	95 409	76 946	-19
	Туризм	45 203	33 567	-26
	Служебная	2 086	2 415	16
Вьетнам	Всего	245 442	222 773	-9
	Туризм	179 616	170 140	-5
	Служебная	6 696	7 425	11
Германия	Всего	1 177 881	931 387	-21
	Туризм	632 357	443 327	-30
	Служебная	66 804	58 664	-12
Гонконг	Всего	45 410	30 567	-33
	Туризм	36 216	22 670	-37
	Служебная	1 787	1 823	2
Греция	Всего	1 161 968	628 135	-46
	Туризм	976 594	503 284	-48
	Служебная	2 939	2 704	-8
Дания	Всего	60 581	42 100	-31
	Туризм	34 421	21 521	-37
	Служебная	3 976	2 902	-27
Египет	Всего	2 186 161	1 987 159	-9
	Туризм	1 892 211	1 567 689	-17
	Служебная	2 564	4 055	58
Израиль	Всего	293 169	246 933	-16
	Туризм	168 959	128 540	-24
	Служебная	5 972	5 413	-9
Индия	Всего	140 982	69 377	-51
	Туризм	112 695	51 076	-55
	Служебная	1 542	2 152	40

Страны	Цели поездки	9 мес. 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности российских граждан, выехавших за рубеж за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 2014 г. (+ - %)
Испания	Всего	1 067 726	625 817	-41
	Туризм	882 541	502 013	-43
	Служебная	6 554	6 600	1
Италия	Всего	891 350	576 278	-35
	Туризм	635 396	393 788	-38
	Служебная	12 127	11 393	-6
Канада	Всего	17 254	9 497	-45
	Туризм	5 766	1 335	-77
	Служебная	348	114	-67
Катар	Всего	36 512	35 909	-2
	Туризм	32 890	30 589	-7
	Служебная	1 502	2 645	76
Кипр	Всего	628 882	510 019	-19
	Туризм	491 595	358 688	-27
	Служебная	1 698	2 228	31
Китай	Всего	1 495 506	1 046 173	-30
	Туризм	609 919	285 277	-53
	Служебная	186 770	109 007	-42
Корея, Республика	Всего	175 663	150 398	-14
	Туризм	94 668	70 707	-25
	Служебная	22 983	20 091	-13
Куба	Всего	42 791	25 439	-41
	Туризм	30 989	16 851	-46
	Служебная	653	627	-4
Латвия	Всего	357 812	279 039	-22
	Туризм	77 935	56 770	-27
	Служебная	7 348	7 076	-4
Литва	Всего	705 004	643 721	-9
	Туризм	12 880	19 315	50
	Служебная	4 267	5 292	24
Мальдивы	Всего	35 733	16 739	-53
	Туризм	21 689	11 069	-49
	Служебная	176	117	-34
Мальта	Всего	23 381	14 029	-40
	Туризм	21 016	12 132	-42
	Служебная	191	127	-34
Нидерланды	Всего	150 684	145 589	-3
	Туризм	98 499	87 646	-11
	Служебная	11 642	10 787	-7

Страны	Цели поездки	9 мес. 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности российских граждан, выехавших за рубеж за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 2014 г. (+ - %)
Норвегия	Всего	138 284	104 387	-25
	Туризм	18 918	13 846	-27
	Служебная	6 572	3 493	-47
ОАЭ	Всего	534 583	331 542	-38
	Туризм	423 832	239 677	-43
	Служебная	6 572	17 775	170
Польша	Всего	1 278 209	1 041 153	-19
	Туризм	30 967	24 435	-21
	Служебная	4 027	4 315	7
Португалия	Всего	32 787	21 724	-34
	Туризм	24 878	15 395	-38
	Служебная	552	655	19
Румыния	Всего	10 947	12 642	15
	Туризм	5 345	6 598	23
	Служебная	868	833	-4
Сербия	Всего	67 348	64 201	-5
	Туризм	49 537	44 428	-10
	Служебная	2 196	2 899	32
Сингапур	Всего	18 900	14 123	-25
	Туризм	16 455	11 008	-33
	Служебная	894	1 171	31
США	Всего	270 062	211 806	-22
	Туризм	119 020	80 387	-32
	Служебная	10 029	7 492	-25
Таиланд	Всего	915 287	464 325	-49
	Туризм	648 691	313 573	-52
	Служебная	17 382	6 014	-65
Тунис	Всего	256 914	49 005	-81
	Туризм	231 526	39 435	-83
	Служебная	237	104	-56
Турция	Всего	4 032 611	3 248 792	-19
	Туризм	3 056 149	2 429 242	-21
	Служебная	14 842	20 360	37
Финляндия	Всего	3 789 464	2 644 223	-30
	Туризм	295 500	187 295	-37
	Служебная	17 330	10 337	-40
Франция	Всего	445 344	351 665	-21
	Туризм	292 670	219 747	-25
	Служебная	19 038	15 935	-16

Страны	Цели поездки	9 мес. 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности российских граждан, выехавших за рубеж за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 2014 г. (+ - %)
Хорватия	Всего	84 886	50 213	-41
	Туризм	68 469	40 077	-41
	Служебная	981	788	-20
Черногория	Всего	256 963	246 919	-4
	Туризм	235 266	220 403	-6
	Служебная	834	1 215	46
Чехия	Всего	419 183	294 696	-30
	Туризм	321 661	201 208	-37
	Служебная	8 579	7 658	-11
Швейцария	Всего	232 299	187 854	-19
	Туризм	166 633	118 429	-29
	Служебная	13 242	14 106	7
Швеция	Всего	70 797	52 363	-26
	Туризм	35 107	22 542	-36
	Служебная	4 053	3 575	-12
Эстония	Всего	1 389 540	1 154 996	-17
	Туризм	24 917	20 682	-17
	Служебная	9 379	6 524	-30
Япония	Всего	66 354	53 093	-20
	Туризм	27 251	19 358	-29
	Служебная	5 754	5 094	-11
Итого	Всего	26509284	19799118	-25
	Туризм	14029374	9637972	-31
	Служебная	526012	426067	-19
Всего по всем странам	Всего	36 797 505	29 333 387	-20
	Туризм	14 569 158	9 995 472	-31
	Служебная	698 733	586 394	-16

Таблица 14. Динамика выезда российских граждан за рубеж по наиболее популярным направлениям, 2014-2015 гг.

По итогам 2015 года самыми популярными направлениями стали Абхазия, Турция, Казахстан, Финляндия, Египет, Украина, Эстония, Польша, Китай и Германия. Именно в эти страны было направлено большинство туристов, выезжающих за рубеж.

Число выездных туристских поездок				
	Январь-март 2015 г.	Январь-июнь 2015 г.	Январь-сентябрь 2015 г.	Январь-декабрь 2015 г.
Всего	5 924	15 223	27 459	34 390
из них по странам:				

Число выездных туристских поездок				
	тысяч			
	Январь-март 2015 г.	Январь-июнь 2015 г.	Январь-сентябрь 2015 г.	Январь-декабрь 2015 г.
Абхазия	498	1 272	3 121	3 824
Турция	147	1 366	3 123	3 460
Казахстан	607	1 418	2 486	3 125
Финляндия	705	1 520	2 352	3 067
Египет	487	1 267	1 909	2 244
Украина	314	759	1 266	1 657
Эстония	321	696	1 109	1 477
Польша	275	650	1 008	1 322
Китай	180	491	905	1 284
Германия	251	523	856	1 111
Литва	142	331	569	743
Испания	85	280	592	693
Тайланд	250	355	440	675
Италия	137	317	537	662
Грузия	83	246	506	651
Греция	14	213	602	634
Азербайджан	104	270	460	584
Кипр	24	210	483	550
ОАЭ	142	244	325	472
Болгария	20	147	397	413
Франция	82	192	323	408
Чехия	73	176	274	361
Вьетнам	88	152	212	321
Латвия	63	143	249	312
Израиль	69	156	229	299
Другие страны	761	1 831	3 127	4 041

Таблица 15. Число выездных туристских поездок по странам, тысяч единиц 2015 г.

1.5.2. Динамика въезда иностранных граждан в РФ по наиболее популярным направлениям

Въездной туризм в РФ демонстрировал рост в 2015 году, так по итогам первых трех кварталов рост составил 13%. Наибольшей популярностью, среди въезжающих из дальнего зарубежья, отдых в России пользовался у туристов из Китая (1 117 тыс. чел., рост 21%), Финляндии (1 118 тыс. чел., рост 3%) и Польши (1 331 тыс. чел., спад 5%). Наибольший прирост туристов зафиксирован из Ирана – рост 64% по сравнению с 2014 годом.

Страны	Цели поездки	9 мес 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 9 мес. 2014 г. (+ - %)
Австралия	Всего	42 067	36 051	-14
	Туризм	34 369	29 408	-14
	Служебная	3 769	3 135	-17
Австрия	Всего	55 394	46 719	-16

Страны	Цели поездки	9 мес 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 9 мес. 2014 г. (+ - %)
	Туризм	21 158	20 226	-4
	Служебная	20 822	17 422	-16
Аргентина	Всего	11 970	15 298	28
	Туризм	10 388	13 624	31
	Служебная	408	601	47
Бельгия	Всего	31 301	27 138	-13
	Туризм	15 159	14 303	-6
	Служебная	9 724	8 393	-14
Болгария	Всего	33 214	28 855	-13
	Туризм	5 638	5 974	6
	Служебная	10 103	7 617	-25
Бразилия	Всего	28 583	31 153	9
	Туризм	23 537	26 369	12
	Служебная	1 180	1 209	2
Великобритания	Всего	193 397	161 193	-17
	Туризм	120 873	102 910	-15
	Служебная	50 744	41 054	-19
Венгрия	Всего	22 941	19 749	-14
	Туризм	6 755	6 240	-8
	Служебная	7 412	6 386	-14
Вьетнам	Всего	60 390	45 224	-25
	Туризм	5 171	7 897	53
	Служебная	14 767	17 211	17
Германия	Всего	541 522	501 319	-7
	Туризм	318 678	319 192	0
	Служебная	138 010	113 763	-18
Гонконг	Всего	10 103	11 885	18
	Туризм	8 563	10 116	18
	Служебная	51	72	41
Греция	Всего	36 965	31 961	-14
	Туризм	9 531	10 233	7
	Служебная	5 996	5 086	-15
Дания	Всего	27 702	20 293	-27
	Туризм	12 231	9 573	-22
	Служебная	8 115	6 913	-15
Египет	Всего	11 761	14 695	25
	Туризм	2 909	5 378	85
	Служебная	2 558	2 909	14

Страны	Цели поездки	9 мес 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 9 мес. 2014 г. (+ - %)
Израиль	Всего	119 540	134 580	13
	Туризм	86 004	103 901	21
	Служебная	6 768	5 785	-15
Индия	Всего	75 511	74 876	-1
	Туризм	13 966	23 304	67
	Служебная	14 145	14 035	-1
Иордания	Всего	3 975	4 118	4
	Туризм	1 257	1 884	50
	Служебная	590	605	3
Иран	Всего	25 927	42 542	64
	Туризм	15 909	33 638	111
	Служебная	2 775	3 115	12
Испания	Всего	87 262	97 346	12
	Туризм	56 342	73 333	30
	Служебная	15 053	12 385	-18
Италия	Всего	176 834	166 274	-6
	Туризм	92 612	94 065	2
	Служебная	58 293	50 771	-13
Канада	Всего	48 544	39 349	-19
	Туризм	34 224	28 966	-15
	Служебная	7 506	5 942	-21
Китай	Всего	920 925	1 117 017	21
	Туризм	358 209	583 617	63
	Служебная	233 725	264 490	13
Колумбия	Всего	8 144	8 976	10
	Туризм	6 856	7 732	13
	Служебная	298	270	-9
Корея, Республика	Всего	114 061	129 160	13
	Туризм	70 758	100 069	41
	Служебная	9 528	7 965	-16
Куба	Всего	9 007	8 828	-2
	Туризм	5 142	6 315	23
	Служебная	998	1 259	26
Латвия	Всего	282 450	265 164	-6
	Туризм	23 481	24 469	4
	Служебная	149 815	125 349	-16
Литва	Всего	388 911	199 031	-49
	Туризм	16 547	14 863	-10

Страны	Цели поездки	9 мес 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 9 мес. 2014 г. (+ - %)
	Служебная	284 628	130 307	-54
Малайзия	Всего	12 752	12 176	-5
	Туризм	4 625	4 737	2
	Служебная	1 214	1 055	-13
Мексика	Всего	16 692	21 077	26
	Туризм	13 776	18 271	33
	Служебная	989	983	-1
Нидерланды	Всего	66 001	49 579	-25
	Туризм	24 969	19 158	-23
	Служебная	24 458	19 422	-21
Норвегия	Всего	44 914	39 171	-13
	Туризм	10 825	10 293	-5
	Служебная	8 095	7 038	-13
Португалия	Всего	12 325	12 766	4
	Туризм	6 287	7 424	18
	Служебная	2 171	2 103	-3
Польша	Всего	1 402 892	1 331 292	-5
	Туризм	15 924	11 012	-31
	Служебная	161 081	140 005	-13
Румыния	Всего	22 652	20 994	-7
	Туризм	4 880	5 225	7
	Служебная	6 455	6 306	-2
Сербия	Всего	66 597	61 367	-8
	Туризм	17 749	19 201	8
	Служебная	22 890	18 725	-18
Словакия	Всего	20 153	15 381	-24
	Туризм	4 853	4 235	-13
	Служебная	8 270	6 498	-21
Соединенные Штаты	Всего	193 397	213 716	11
	Туризм	120 873	152 940	27
	Служебная	50 744	34 283	-32
Таиланд	Всего	20 273	23 034	14
	Туризм	10 287	16 576	61
	Служебная	2 019	1 788	-11
Тайвань (Китай)	Всего	10 833	13 373	23
	Туризм	7 998	10 786	35
	Служебная	1 590	1 352	-15
Турция	Всего	270 733	261 983	-3

Страны	Цели поездки	9 мес 2014 г.	9 мес. 2015 г.	Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ за 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем 9 мес. 2014 г. (+ - %)
	Туризм	100 186	115 776	16
	Служебная	63 934	49 040	-23
Филиппины	Всего	126 951	127 488	0
	Туризм	2 972	3 032	2
	Служебная	3 634	3 437	-5
Финляндия	Всего	1 089 089	1 118 619	3
	Туризм	59 908	51 414	-14
	Служебная	672 955	721 630	7
Франция	Всего	178 767	153 844	-14
	Туризм	82 662	72 996	-12
	Служебная	55 798	47 901	-14
Хорватия	Всего	14 011	13 690	-2
	Туризм	2 202	2 277	3
	Служебная	4 722	3 977	-16
Чешская Республика	Всего	56 654	36 523	-36
	Туризм	8 996	8 151	-9
	Служебная	23 963	19 967	-17
Швейцария	Всего	42 689	37 854	-11
	Туризм	23 992	22 438	-6
	Служебная	10 084	9 156	-9
Швеция	Всего	39 610	31 829	-20
	Туризм	11 509	11 934	4
	Служебная	14 883	12 007	-19
Эстония	Всего	261 430	282 279	8
	Туризм	21 262	21 775	2
	Служебная	161 636	185 443	15
Япония	Всего	89 830	77 792	-13
	Туризм	49 460	43 505	-12
	Служебная	23 124	20 676	-11
Итого	Всего	7 427 646	7 234 621	-3
	Туризм	1 982 462	2 310 755	17
	Служебная	2 382 490	2 166 841	-9
	Всего	24 948 184	26 486 839	6
Итого по всем странам	Туризм	2 244 586	2 539 457	13
	Служебная	4 702 627	5 967 492	27

Таблица 16. Динамика въезда иностранных граждан в РФ по наиболее популярным направлениям, 2014-2015 гг.

По итогам года лидерами по количеству въехавших в РФ стали: Украина,



Казахстан, Польша, Финляндия и Китай.

Число въездных туристских поездок				
				тысяч
	Январь-март 2015 г.	Январь-июнь 2015 г.	Январь-сентябрь 2015 г.	Январь-декабрь 2015 г.
Всего	4 910	11 891	20 672	26 852
из них по странам:				
Украина	1 457	3 753	6 648	8 912
Казахстан	1 204	2 356	3 841	4 711
Польша	415	843	1 299	1 725
Финляндия	324	687	1 072	1 416
Китай	135	422	930	1 122
Азербайджан	170	373	619	856
Узбекистан	97	362	603	797
Германия	59	222	469	553
Армения	103	228	406	552
Республика Молдова	70	203	359	491
Таджикистан	75	199	333	458
Абхазия	93	191	309	417
Монголия	82	171	280	378
Киргизия	24	132	267	374
Эстония	70	161	263	357
Латвия	61	134	212	278
Беларусь	25	94	194	249
Турция	48	114	194	239
Литва	51	108	174	237
США	22	97	206	233
Италия	29	80	156	191
Великобритания	23	80	152	180
Франция	29	83	138	171
Израиль	25	65	132	162
Корея	15	53	116	136
Другие страны	204	678	1 301	1 655

Таблица 17. Число въездных туристских поездок по странам, тысяч единиц 2015 г.

1.6. СПРОС В СФЕРЕ ТУРИЗМА (2013-2015 гг.)

1.6.1. Оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма

По итогам четвертого квартала 2015 года спрос на услуги внутреннего туризма снизился на 36%, это самый худший показатель за последние три года, в первую очередь неблагоприятного сценарию способствовал экономический кризис в стране и низкий сезон. При этом во втором и третьем квартале 2015 года, а также 2014 и 2013 годов, наблюдался рост спроса, в 2015 году рост спроса был гораздо ниже предыдущих лет.

	Увеличение	Без изменений	Уменьшение	Баланс оценок ¹⁾
2013 г.				
I квартал				
II квартал				

III квартал				
IV квартал				
2014 г.				
I квартал				
II квартал				
III квартал				
IV квартал				
2015 г.				
I квартал				
II квартал				
III квартал				
IV квартал				

Таблица 18. Оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма 2013-2015 гг. (данные Росстата)

(в процентах от числа обследованных организаций, занимающихся туристской деятельностью)

¹⁾ Баланс - разность оценок «благоприятная» и «неблагоприятная», «улучшение» и «ухудшение», в процентных пунктах.

1.6.2. Оценка спроса на услуги в сфере въездного туризма

Спрос на въездной туризм до кризисного 2014 года демонстрировал рост во втором и третьем квартале. В 2014 году наблюдался спад спроса во всех кварталах, за исключением третьего, где уровень спроса остался на уровне 2013 года. Но уже в 2015 году был зафиксирован колоссальный спад в течение всего года, особенно провальными стали первый и четвертый квартал.

	Увеличение	Без изменений	Уменьшение	Баланс оценок ¹⁾
2013 г.				
I квартал				
II квартал				
III квартал				
IV квартал				
2014 г.				
I квартал				
II квартал				
III квартал				
IV квартал				
2015 г.				
I квартал				
II квартал				
III квартал				
IV квартал				

Таблица 19. Оценка спроса на услуги в сфере въездного туризма 2013-2015 гг. (данные Росстата)

1.6.3. Оценка спроса на услуги в сфере выездного туризма

Сильнее всего пострадал от кризиса выездной туризм. Снижение спроса на отдых за границей наблюдалось в течение всего года, в первую очередь на снижение повлияла девальвация рубля и рост курса доллара и евро, что сказалось на стоимости отдыха за

2016, 10%

2016 6,4%

15%

2015

2015 80%



***** "*****
*****, ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * ***** 25%
***** *****
*****"

* ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * ***** 2016

* ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****

***** *****?
***** *****
***** *****
***** ***** 2015 *****
***** ***** * *****

***** *****
***** ***** 35-40%
***** ***** 2014 *****
***** ***** 2-5%.

* ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * ***** 2016 *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****

***** *****
***** ***** * ***** 2015 *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * ***** 2016 *****

***** ***** * *****
***** ***** * *****
***** ***** * *****



2. **Вьетнам становится популярным направлением пляжного отдыха россиян**

3. **Ростуризм и РНКБ Банк договорились о сотрудничестве в области туристического развития Крыма**

4. **Около 1,5 тысяч компаний подали заявки на вхождение в реестр турагентств**

5. **Туроператоры ожидают роста спроса на круизы по России в этом году**

6. **Россия и Австрия проведут перекрестный Год туризма в 2017 году**

7. **Россия и Белоруссия будут развивать туристическое сотрудничество в рамках Союзного государства**

8. **Год туризма России и Испании открылся в Мадриде**

1.8. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА 2016-2019 гг.

Ввиду наметившихся тенденций по развитию внутреннего и въездного туризма был обозначен ряд инвестиционных проектов на территории РФ, данные по проектам представлены в таблице ниже.

№	Название проекта	Цель проекта	Задачи и этапы реализации	Стоимость и сроки реализации
1	Создание туристско-рекреационного комплекса Русская Палестина	Привлечение туристов в Музейно-выставочный комплекс "Новый Иерусалим" и Воскресенский Ново-Иерусалимский монастырь"	Проект будет реализован в три этапа. I этап (2015 - 2018 гг.): 1. Строительство многофункционального гостиничного комплекса HYATT REGENCY MOSCOW ISTRА RESORT. II этап (2016 - 2018 гг.): 2. Строительство туристского маршрута "Тропа паломника"; 3. Строительство тематического парка "Сафонтьево"; 4. Строительство сети мини-отелей (шале) д. Сафонтьево; 5. Строительство рекреационного комплекса (д. Никулино) ; 6. Строительство эко-ферм ("Город мастеров", сыроварня "Истринский пармезан"). III этап: (2017 - 2018 гг.): 7. Строительство конно-спортивного клуба "АВАНПОСТ"; 8. Строительство спортивного парка "Центр активного отдыха	Общая стоимость проекта - 6,5 млрд. руб.
2				
3				
4				
5				
6				

№	Название проекта	Цель проекта	Задачи и этапы реализации	Стоимость и сроки реализации
7	Автотуристский кластер "Чувашия – сердце Волги"			Общая стоимость – 1731,1 млн. руб. Выход на проектную мощность – 2018 год.
8	Создание автотуристского кластера "Беломорские петроглифы"			Общая стоимость проекта - 63,6 млн. руб. Реализация в 2017 году
9	Создание туристско-рекреационного кластера "Дед Мороз" в Великоустюгском районе			2016-2018 гг.
10	Создание ТРК "Восточные ворота России Забайкальск-Маньчжурия"			2015-2018 гг.
11	Создание туристско-рекреационного кластера Кинешма купеческая			2015-2018
12				2014-2016
13				Общая стоимость проекта - 2 755,2 млн. руб. 2015-2016 гг.
14				2015-2018 гг.
15				2015-2018 гг.
16				2015-2018 гг.
17				2014-2018 гг.
18				Общая стоимость проекта – 1,0 млрд. руб. 2015-2019 гг.

90 2014-2016

Тренд на внутренние путешествия

Быстрее всего растет спрос на внутренние путешествия. В целом за 2015 год популярность маршрутов по России выросла на 5%. 2015 2014 67% 61% 2016 -50

Интерес к

39% 30% 28% 23% 22% 17% 14%

Популярность стран ближнего зарубежья

33% 29% 17% 16% 2016

Новые направления для пляжного отдыха

40% 34% 28% 11%



14%.
 46%, * 44%.

Популярность Шри-Ланки и Вьетнама

2015 * 17%, * 30%, * * 41%. * 10% * 22%.

2015 * 2016 *, — * 2014 * 2015 * 20%.

2016 * 2014 * 55 * 12% * 45 * 19%», —

Топ-15 зарубежных направлений, которые, будут популярны среди россиян в 2016 году	
Направление	Рост спроса в 2015 г. по сравнению с 2014 г.
	40%
	34%
	33%
	29%
	28%
	22%
Ереван, Армения	17%
Будапешт, Венгрия	17%
Баку, Азербайджан	16%
Салоники, Греция	14%
	14%
	11%
	10%
	10%



	7%
--	----

Таблица 22. Топ-15 зарубежных направлений, которые будут популярны среди россиян в 2016 году

При составлении рейтинга были проанализированы порядка 90 млн поисковых запросов на перелеты из России в 2014-2016 гг., сделанных в период с 1 января 2014 г. по 31 декабря 2015 г., представлен чистый спрос, за вычетом роста посещаемости туристического метапоиска.

1.10. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДО 2018 ГОДА

 ***** 2014 *****

 ***** 2015 *
 ***** 2014 *****
 ** 33,5 *****
 * ***** "*****" *****

 ***** 2018 *****
 ***** * 2014 ***** * 1,3 *****.

	2013	2014	2015	2016 (П)	2017 (П)	2018 (П)	2018 год к 2015 году
Туристские услуги							
Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения							

Таблица 23. Прогноз развития рынка до 2018 года

***** 7 *** 2012 * № 597 "*****"

 ***** "*****" * 2013 - 2020 *,
 ***** 15 ***** 2014 * № 317 (***** -
 *****), *****



*****_*****

***** , ***** , *****

***** *****

***** *****

***** , ***** ***** ***** *****

***** , ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** , ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** , ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЦ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ, А ТАКЖЕ ПРОЧИХ МЕСТ ВРЕМЕННОГО ПРОЖИВАНИЯ

2.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА

2.1.1. Объем и динамика выручки 2013-2015 гг.

По данным Ростуризма, в 2015 году в РФ въехало чуть менее 28 млн. иностранных туристов, для сравнения в 2013 году эта цифра составляла - 30,8 млн. иностранных граждан. В России существует ряд ограничений развития туризма, к нему относятся: наличие визового режима с большинством стран, дефицит качественного гостиничного предложения, ведущий к росту цен, транспортные проблемы.

Позитивной тенденцией стало увеличение числа въехавших иностранных граждан, с целью поездки – Туризм. В 2015 году доля «туристов» составила 9,3%, в 2013 году только 8,6% от всех прибытий. В целом же, прибывающие к нам с деловой и туристской целью посетители составили почти 32% всего потока иностранных граждан, въехавших РФ в 2015 году, и этот показатель самый высокий за последние десять лет.

Большая часть, приезжающих в Россию, посещает регионы Центрального и Северо-Западного ФО, преимущественно Москву и Санкт-Петербург.

Что касается внутреннего туризма, то здесь распределение потоков происходит более равномерно по всем федеральным округам, при этом лидируют все равно регионы ЦФО и СЗФО, а также Краснодарский край.

Олимпиада в Сочи и присоединение Крыма – события, которые поставили перед гостинично-туристской сферой страны актуальные задачи: развитие этих территорий и наполнение их турпотоком.

Коллективные средства размещения – гостиничные и аналогичные – это один из важнейших элементов инфраструктуры туризма, а от их количества, уровня качества и ценовой политики в немалой степени зависят объемы туристских прибытий.

В 2014 году наблюдалось снижение объема выручки от деятельности гостиниц, причина тому – экономический кризис в стране, снижение составило 16,4%. Но уже в 2015 году наблюдается рост выручки – на 8,6%, по данным Росстата и по нашей оценке, за 2015 год выручка гостиниц составила *** млрд. руб.

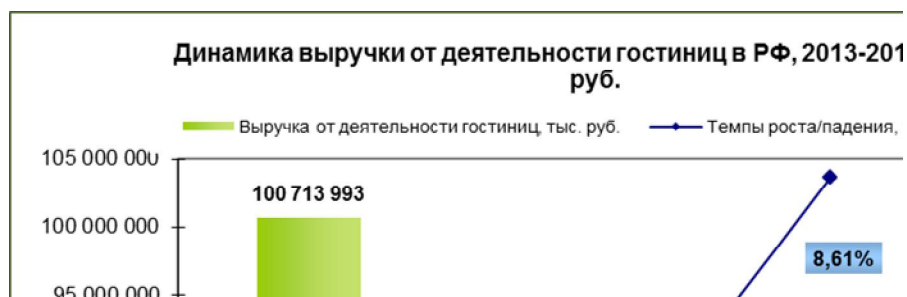


Диаграмма 7. Динамика выручки от деятельности гостиниц в РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

При этом по данным из отчетностей компаний, чьим основным видом деятельности является гостиничный бизнес, выручка от продаж выше, чуть ли не в два раза. Так выручка по Росстату составила *** млрд. руб., а по данным из отчетностей *** млрд. руб.

Наименование показателей	тыс. руб.
Выручка гостиниц по Росстату	*
Выручка гостиниц по данным отчетностей	**

Таблица 24. Выручка гостиниц России, тыс. руб. (по данным отчетностей и по данным Росстата)

Динамика выручки от деятельности прочих мест для временного проживания находится как минимум последние два года в положительном тренде, прирост в 2014 году составил почти 5%, в 2015 году – 23,8%.

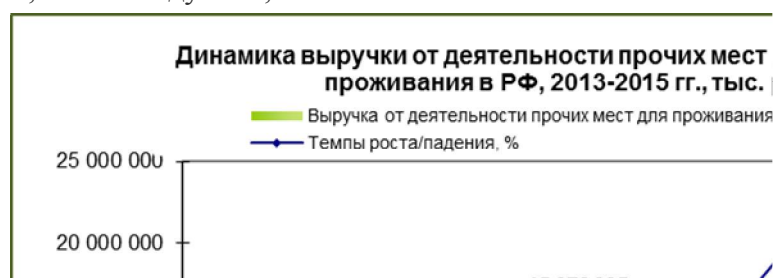


Диаграмма 8. Динамика выручки от деятельности прочих мест для проживания в РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

2.1.2. География продаж

Исследование региональной динамики и распределения продаж показывает, что основной объем продаж приходится на Москву – 42% от совокупного объема выручки гостиниц России, что за 1-3 квартал 2015 года составило *** млрд. руб.

На втором месте следует Санкт-Петербург, его доля составила 24%, далее с большим отрывом, следует Краснодарский край – 6% , республика Крым – 3%, Московская область – 4%, Татарстан – 3% и т.д.

Москва и Санкт-Петербург это территориальная и культурная столицы России, здесь сосредоточены основные историко-культурные памятники страны, поэтому основная масса туристических потоков, как внутренних, так и из иностранных граждан, направлена именно в эти регионы. Краснодарский край – лидер в области пляжного, а теперь уже и горнолыжного туризма.

	2013	2014	2015 (1-3 кв.)	Доля в общ. Объем, %
Россия	100 713 993			
Москва	55 706 853			
Санкт-Петербург	14 908 634			
Краснодарский край	3 440 127			
Крым, Республика	0			
Московская область	7 343 522			
Татарстан, Республика	1 796 344			
Свердловская область	1 611 421			
Приморский край	990 039			
Калининградская область	317 144			
Тюменская область	1 283 281			
Челябинская область	399 695			
Иркутская область	542 686			
Башкортостан, Республика	678 816			
Ярославская область	620 916			
Нижегородская область	700 181			
Новосибирская область	876 461			
Сахалинская область	607 412			
Тверская область	133 629			
Ханты-Мансийский автономный округ Югра	522 579			
Тюменская область	659 939			
Хабаровский край	486 634			
Красноярский край	328 164			
Воронежская область	365 293			
Калужская область	68 077			
Самарская область	476 242			
Ульяновская область	215 725			
Севастополь	0			
Пермский край	326 242			
Удмуртская Республика	257 287			
Алтай, Республика	164 658			
Мурманская область	724 324			
Архангельская область	383 171			
Архангельская область	333 224			
Владимирская область	274 921			
Коми, Республика	240 790			
Хакасия, Республика	195 399			
Псковская область	118 704			
Орловская область	158 178			
Карелия, Республика	210 090			
Белгородская область	180 436			
Волгоградская область	184 491			
Новгородская область	138 451			
Кемеровская область	184 689			
Ленинградская область	219 061			
Курская область	114 566			
Костромская область	93 312			

	2013	2014	2015 (1-3 кв.)	Доля в общ. Объем, %
Чеченская Республика	33 572			
Чувашская Республика - Чаваш Республики	114 187			
Бурятия, Республика	78 459			
Кировская область	122 196			
Брянская область	151 054			
Липецкая область	78 218			
Ставропольский край	232 156			
Амурская область	155 265			
Ямало-Ненецкий автономный округ	100 763			
Ивановская область	136 859			
Тыва, Республика	76 282			
Мордовия, Республика	49 480			
Ростовская область	363 205			
Омская область	60 204			
Тульская область	24 816			
Оренбургская область	59 343			
Смоленская область	82 889			
Ненецкий автономный округ	49 947			
Вологодская область	196 789			
Алтайский край	38 840			
Астраханская область	163 920			
Томская область	30 787			
Еврейская авт. область	39 185			
Калмыкия, Республика	30 882			
Тамбовская область	23 613			
Рязанская область	122 130			
Пензенская область	12 265			
Кабардино-Балкарская Республика	3 620			
Марий Эл, Республика	4 011			
Саратовская область	92 525			
Адыгея, Республика	0			
Саха, Республика	0			
Забайкальский край	24 196			
Ингушетия, Республика	11 559			
Северная Осетия - Алания, Республика	35 420			

Таблица 25. Динамика выручки от продаж гостиниц в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Что касается прочих мест коллективного размещения, то здесь региональное распределение выручки от продаж имеет иную картину. Лидирует Тюменская область на нее приходится 44% всей выручки, далее следует Ямало-Ненецкий автономный округ – 43%, 17% занимает Краснодарский край. Далее следуют Московская область, Санкт-Петербург и Крым.

	2013	2014	2015 (1-3 кв.)	Доля в общ. Объем, %
Россия	15 248 566			

	2013	2014	2015 (1-3 кв)	Доля в общ. Объем, %
Тюменская область	513 270			
Ямало-Ненецкий автономный округ	0			
Краснодарский край	3 160 097			
Московская область	2 209 892			
Санкт-Петербург	1 137 391			
Крым, Республика	0			
Сахалинская область	2 590 488			
Татарстан, Республика	381 661			
Башкортостан, Республика	1 099 784			
Красноярский край	475 704			
Тульская область	152 416			
Челябинская область	223 372			
Волгоградская область	32 550			
Москва	705 299			
Ленинградская область	199 509			
Псковская область	140 844			
Алтай, Республика	163 304			
Кировская область	125 625			
Севастополь	0			
Удмуртская Республика	86 705			
Тюменская область	239 290			
Тверская область	609 465			
Владимирская область	0			
Приморский край	60 857			
Ярославская область	39 113			
Новосибирская область	130 020			
Чувашская Республика - Чаваш Республики	42 774			
Свердловская область	224 688			
Саратовская область	113 092			
Омская область	55 660			
Ставропольский край	25 929			
Костромская область	18 098			
Рязанская область	12 460			
Архангельская область	14 127			
Архангельская область	14 127			
Кемеровская область	1 077			
Смоленская область	36 412			
Калининградская область	25 059			
Брянская область	20 714			
Марий Эл, Республика	0			
Бурятия, Республика	17 814			
Мордовия, Республика	11 661			
Калужская область	7 947			
Липецкая область	15 723			
Ивановская область	93 785			
Астраханская область	54 883			

	2013	2014	2015 (1-3 кв)	Доля в общ. Объем, %
Кабардино-Балкарская Республика	40 553			
Иркутская область	0			
Оренбургская область	19 264			
Алтайский край	0			
Мурманская область	13 183			
Забайкальский край	5 708			
Хабаровский край	15 545			
Самарская область	14 140			
Курская область	0			
Пермский край	0			
Ростовская область	0			
Ханты-Мансийский автономный округ Югра	273 980			
Воронежская область	624			
Вологодская область	78 447			

Таблица 26. Динамика выручки от продаж прочих мест коллективного размещения в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

2.1.3. Рентабельность продаж в регионах

Наивысшие показатели рентабельности в 3 квартале 2015 года среди других регионов России отмечались в гостиницах Крыма, когда рентабельность продаж составила – 44,6%. Далее следует приморский край – 39,4%.

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Крым, Республика									-72,2	21,7	44,6
Приморский край											
Марий Эл, Республика											
Рязанская область											
Белгородская область											
Амурская область											
Новгородская область											
Астраханская область											
Санкт-Петербург											
Краснодарский край											
Тульская область											
Ленинградская область											
Псковская область											
Севастополь											
Новосибирская область											
Свердловская область											
Иркутская область											
Хабаровский край											
Пермский край											
Мурманская область											
Калмыкия, Республика											

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Кабардино-Балкарская Республика											
Коми, Республика											
Кировская область											
Липецкая область											
Красноярский край											
Адыгея, Республика											
Ульяновская область											
Владимирская область											
Архангельская область											
Пензенская область											
Архангельская область											
Ставропольский край											
Орловская область											
Россия											
Ненецкий автономный округ											
Татарстан, Республика											
Вологодская область											
Нижегородская область											
Костромская область											
Московская область											
Удмуртская Республика											
Курская область											
Воронежская область											
Алтайский край											
Бурятия, Республика											
Омская область											
Томская область											
Ханты-Мансийский автономный округ Югра											
Тыва, Республика											
Москва											
Ивановская область											
Тверская область											
Брянская область											
Чеченская Республика											
Саха, Республика											
Забайкальский край											
Ингушетия, Республика											
Северная Осетия - Алания, Республика											
Калининградская область											
Ростовская область											
Тюменская область											

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Волгоградская область											
Чувашская Республика - Чуваш Республики											
Тюменская область											
Мордовия, Республика											
Оренбургская область											
Тамбовская область											
Саратовская область											
Ярославская область											
Ямало-Ненецкий автономный округ											
Хакасия, Республика											
Карелия, Республика											
Смоленская область											
Самарская область											
Кемеровская область											
Челябинская область											
Алтай, Республика											
Еврейская авт. область											
Сахалинская область											
Башкортостан, Республика											
Калужская область											

Таблица 27. Динамика рентабельности от продаж гостиниц в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

Что касается прочих мест размещения, то здесь лидирует Тюменская область – 53,3%, Архангельская область – 43,3%, Костромская область – 43,2%.

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Тюменская область											
Архангельская область											
Архангельская область											
Костромская область											
Бурятия, Республика											
Мордовия, Республика											
Тверская область											
Ставропольский край											
Краснодарский край											
Брянская область											
Тульская область											
Псковская область											
Ярославская область											
Липецкая область											
Санкт-Петербург											
Ивановская область											

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Калужская область											
Волгоградская область											
Алтай, Республика											
Калининградская область											
Севастополь											
Марий Эл, Республика											
Челябинская область											
Россия											
Крым, Республика											
Башкортостан, Республика											
Московская область											
Саратовская область											
Тюменская область											
Ямало-Ненецкий автономный округ											
Кировская область											
Чувашская Республика - Чаваш Республики											
Татарстан, Республика											
Кабардино-Балкарская Республика											
Иркутская область											
Приморский край											
Омская область											
Рязанская область											
Забайкальский край											
Хабаровский край											
Самарская область											
Курская область											
Пермский край											
Ростовская область											
Ханты-Мансийский автономный округ Югра											
Воронежская область											
Вологодская область											
Смоленская область											
Ленинградская область											
Свердловская область											
Сахалинская область											
Мурманская область											
Новосибирская область											
Красноярский край											

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Кемеровская область											
Владимирская область											
Удмуртская Республика											
Оренбургская область											
Астраханская область											
Алтайский край											
Москва											

Таблица 28. Динамика рентабельности от продаж прочих мест коллективного размещения в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

2.1.4. Объем и динамика инвестиций в региональном разрезе

Основной объем инвестиций, направленный в основной капитал гостиничного бизнеса, приходился в 2015 году на три региона – Крым, Санкт-Петербург, Башкортостан. В совокупности на эти три региона пришлось 57% от общего объема инвестиций.



Диаграмма 9. Крупнейшие регионы по объему инвестиций в гостиничный бизнес за 1-3 кв. 2015 года, %

За первые три квартала 2015 года объем инвестиций в основной капитал гостиничного бизнеса составил *** млрд. руб. Объем инвестиций в республику Крым – *** млрд. руб., в Санкт-Петербург – *** млрд. руб., Башкортостан – *** млрд. руб.



Диаграмма 10. Объем инвестиций в основной капитал гостиничного бизнеса в городах РФ за 1-3 кв. 2015 года, тыс. руб.

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Россия											
Крым, Республика											
Башкортостан, Республика											
Свердловская область											
Приморский край											
Москва											
Санкт-Петербург											
Краснодарский край											
Московская область											
Хакасия, Республика											
Волгоградская область											
Тюменская область											
Тюменская область											
Кировская область											
Воронежская область											
Новосибирская область											
Севастополь											
Мордовия, Республика											

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Алтай, Республика											
Татарстан, Республика											
Самарская область											
Калининградская область											
Чувашская Республика - Чаваш Республики											
Хабаровский край											
Псковская область											
Челябинская область											
Тверская область											
Брянская область											
Сахалинская область											
Костромская область											
Калужская область											
Бурятия, Республика											
Ульяновская область											
Мурманская область											
Астраханская область											
Владимирская область											
Ямало-Ненецкий автономный округ											
Белгородская область											
Ростовская область											
Орловская область											
Алтайский край											
Омская область											
Пермский край											
Еврейская авт. область											
Карелия, Республика											
Архангельская область											
Архангельская область											
Красноярский край											
Ханты-Мансийский автономный округ Югра											
Курганская область											

	2013				2014				2015		
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв
Удмуртская Республика											
Кемеровская область											
Ставропольский край											
Карачаево-Черкесская Республика											
Курская область											
Иркутская область											
Забайкальский край											
Тамбовская область											
Липецкая область											
Тульская область											
Коми, Республика											
Нижегородская область											
Новгородская область											
Ленинградская область											
Саратовская область											
Амурская область											
Ивановская область											
Томская область											
Северная Осетия - Алания, Республика											
Вологодская область											
Ярославская область											

Таблица 29. Объем и динамика инвестиций в основной капитал гостиничного бизнеса в регионах РФ, 2013-2015 гг., тыс. руб.

2.2. ВЫРУЧКА ГОСТИНИЦ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РФ. КОЛИЧЕСТВО ГОСТИНИЦ В РЕГИОНАХ.

Как показал анализ отчетностей компаний, чьим основным видом деятельности является гостиничный бизнес, Москва, Санкт-Петербург и Краснодарский край занимают более половины рынка в стоимостном выражении.

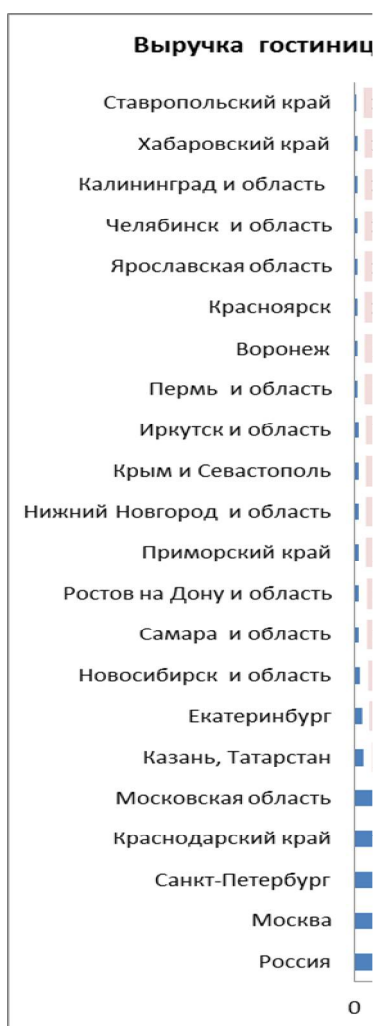


Диаграмма 11. Выручка гостиниц в городах РФ, тыс. руб.

Так выручка от продаж гостиничных услуг в Москве составила – ***млрд. руб., что содержит 35% всероссийской выручки, В Санкт-Петербурге – *** млрд. руб., и это 13% общероссийской выручки гостиниц, Краснодарский край – *** млрд. руб. и это 7%.

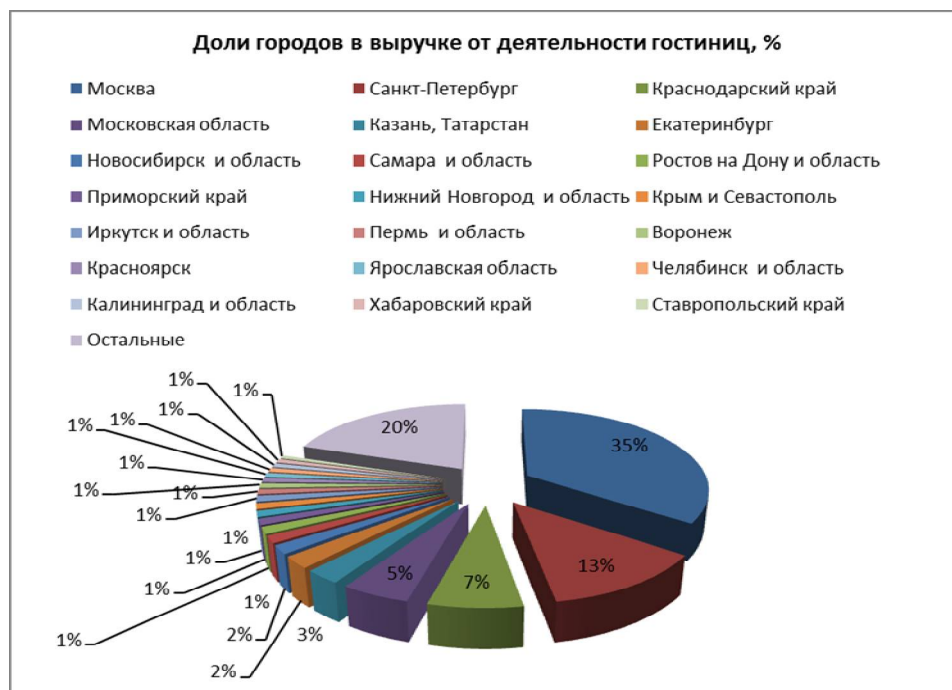


Диаграмма 12. Доли городов в выручке от деятельности гостиниц, %

Количество гостиниц, сдавших отчетность в 2014 году, составило **** штук. Из них только 10% можно отнести к качественному предложению на рынке.

Число средств коллективного размещения в России растет хорошими темпами, при этом тенденция последних лет – это мини-гостиницы, они открываются как в Санкт-Петербурге, так и на курортах Краснодарского края и в Крыму.

Несмотря на негативное воздействие кризиса на регионы страны спрос постепенно перетекает от центра – Москвы и Санкт-Петербурга, где сегодня сконцентрировано ****% всего качественного гостиничного предложения, ** *****, ***** ** ***** ***** *****.

***** 2015 ***** 3 900 ***** , *****
5% ***** 2014 ***** . ***** * ***** , ***** ***** ***** (12,9% *
***** *****), ***** ***** ***** ***** ***** ***** .
***** , * ***** ***** ***** ***** , * 2016 ***** ***** *****
***** ***** * 2015 ***** ***** *****

Диаграмма 16. Рублевая доходность на номер по классам гостиниц в Москве, 2014-2015 гг.

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** (** 18%, ** 7,4 ***** . ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** * ***** ***** ***** (-8%). ***** ***** ***** ***** *****
** 2%, * ***** *****_***** - ** 1,5%.
* 2016 ***** ***** ***** ***** ***** , ***** 2015-***** , *****.
• ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
* ***** - ** 2-4 ** . (** 67-70% * ***** ***** *****);
• ***** ***** ***** ***** * 1-4% (** ***** ***** 6100-6300 ***** . *****);
• ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** .
• ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** .
• ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

Загрузка, доходность, анализ стоимости размещения в 2015 г.

Потребность в гостиничном фонде Москвы определяется на основе прогноза численности гостей столичных средств размещения. По данным Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы, пиком станет, безусловно, 2018 год, когда численность желающих разместиться в московских отелях составит 7,59 млн. человек (для сравнения: в 2011 г. – 4,3 млн. человек). При этом предполагается к 2018 г. увеличить номерной фонд на 10 тыс. номеров по сравнению с 2013 г. (55 тыс. номеров / 100 тыс. мест). К 2025 году количество номеров увеличится еще на 15 тыс., хотя, отметим, в 2019 – 2020 гг. планируется вполне объяснимый после ЧМ спад числа гостей. * ***** *****
***** ***** ***** ***** 65-70%, ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** , ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
*****_***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** 15 ***** , ***** , * *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** * 15 ***** , ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** * 22 ***** , * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****



***** , ***** 2013 *****
 ***** (***) ***** 2009 ***** * 2015
 ***** ***** 12 %, * *****
 ***** , ***** (***)
 * 17,5 %, *****
 ***** , ***** , *****
 ***** , *****
 ***** , 2013 *****
 ***** , ***** * *****
 ***** 2016 ***** , *****
 ***** *****

 <<*****>>.

 ***** 6%. ***** 2015 *****
 ***** * 7,3 %. ***** , *****

 * 7,4 %, ***** * 10,2 %
 (* 2014 *****) * 2,5 % *****
 ***** , ***** * 2015 *****
 ***** 41,1 % (* 2014 ***** 19,3 %), *****
 ***** * 2015 ***** — 38 % (***** 25,8 % * 2014 *****). *****

 ***** , *****
 ***** * *****

 ***** , *****
 ***** * 2014 ***** (***** * 2014 ***** 13,6 %), *****
 ***** * 2,9 %. *****

 ***** , ***** 2013 *****
 ***** , *****
 * *****

 ***** (***** * 2014 ***** 6,2 %, *
 2015 ***** — 0,7 %). *****



Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
		3%
		3%
		3%
		3%
		3%
"ГРАНДЪ-ОТЕЛЬ", ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО		3%
		2%
		2%
		2%
		2%
		2%
		2%
"АВРОРА-ЛЮКС", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ГОСТИНИЦА		2%
"ВЕГА", АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО ТУРИСТСКИЙ ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС		2%
"БАЛЧУГ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		2%
		2%
		2%

Таблица 32. Крупнейшие гостиницы Москвы (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

2.3.3. Московская область

Крупнейшими гостиницами Московской области по объему выручки в 2014 году стали «Шеротель», доля компании на региональном рынке составила 18%. АО «Шеротель» создано и ведет хозяйственную деятельность по управлению и эксплуатации в международном аэропорту Шереметьево (Московская область, г.Химки) гостиницы под торговым знаком Новотель / Novotel. Это первая в России и одна из крупнейших в Европе гостиниц Novotel. Эксплуатация гостиницы и использование мирового бренда осуществляется в партнерстве с французским гостиничным оператором АККОР (ACCOR), представленным в России Обществом с ограниченной ответственностью «Рашэн Мэнэджмент Хотэл Кампани». Дополнительным видом деятельности АО «Шеротель» является предоставление услуг авиапассажирам в залах повышенной комфортности в терминалах D, E, F аэропорта Шереметьево.

9% принадлежит компании "*****". 7% занимает «*****». По 4% в выручке занимают: «Истра менеджмент», «*****», гостиничный комплекс «Шереметьево 2».

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
"ШЕРОТЕЛЬ", АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО		18%
		9%
		7%
		4%
		4%
		4%
		3%
		3%
		3%
		3%
		3%
		2%
		2%
		2%

Таблица 33. Крупнейшие гостиницы Московской области (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

2.3.4. Санкт-Петербург



В сентябре 2015 года Санкт-Петербург был признан главным туристическим направлением в Европе по версии WorldTravelAwards

По данным JLL, гостиничная индустрия города летом 2015 года добилась впечатляющих результатов:

- В 2015 году гостиничная индустрия Санкт-Петербурга показала впечатляющие результаты. По сравнению с 2014 годом, количество бронирований увеличилось на 28%, а доход с продаж вырос на 78%. В то же время, в Москве показатели снизились на 81%, а в Санкт-Петербурге – на 130%. В других регионах России изменения составили: Москва –7,5%, Санкт-Петербург –37%.

- В Санкт-Петербурге, втором по популярности городе России (27% гостиничной площади иностранных операторов) для гостиничных операторов и инвесторов, ситуация с потоком туристов не такая стабильная, как в Москве, поскольку город сильно зависит от туристов, а пик туристического сезона наступает летом.

Безусловным лидером по заполняемости оказался верхний сегмент, в котором загрузка номеров составила почти 90%.

В Санкт-Петербурге, втором по популярности городе России (27% гостиничной площади иностранных операторов) для гостиничных операторов и инвесторов, ситуация с потоком туристов не такая стабильная, как в Москве, поскольку город сильно зависит от туристов, а пик туристического сезона наступает летом.

- В 2015 году, количество бронирований в Санкт-Петербурге составило 139 тысяч, что на 19 800 больше, чем в 2014 году (119 000 бронирований).

- В то же время, в Москве показатели снизились на 81%, а в Санкт-Петербурге – на 130%. В других регионах России изменения составили: Москва –7,5%, Санкт-Петербург –37%.

- В Санкт-Петербурге, втором по популярности городе России (27% гостиничной площади иностранных операторов) для гостиничных операторов и инвесторов, ситуация с потоком туристов не такая стабильная, как в Москве, поскольку город сильно зависит от туристов, а пик туристического сезона наступает летом.

Лидером по объему выручки среди гостиниц стал "СОКОТЕЛЬ", доля в регионе 7%, входит в сеть отелей Sokos Hotels. Второе место занимает «*****», с долей в выручке региона 5%. *****, открытый 28 января 1875 года, – старейшая гостиница Санкт-Петербурга, расположена в самом сердце города, на углу Невского проспекта и Михайловской улицы.

Также по 5% в региональной выручке у таких гостиниц как, ***** , ***** .

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
"СОКОТЕЛЬ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		7%
		5%
		5%
		5%



Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
		5%
		5%
		4%
		3%
		3%
		3%
		2%
"ФЕНИКС-ОТЕЛЬ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		2%
"ГОСТИНИЦА "ОКЯБРЬСКАЯ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		2%
"ВЕСТ БРИДЖ ОТЕЛЬ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		2%
		2%
		2%
		2%
		2%
		2%
		2%
		2%

Таблица 34. Крупнейшие гостиницы Санкт-Петербурга (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

2.3.5. Екатеринбург

2.3.6. Краснодарский край

2.3.7. Казань, республика Татарстан

27% гостиничного рынка Татарстана приходится на «Корстон – Казань». *****
 ***** _ ***** ***** ***** * ***** ***** ***** * *****
 ***** ***** ***** ***** * ***** ***** ***** ***** * *****
 ***** ***** ***** 100 ***** ***** ***** ***** ***** ***** 60 *****
 ***** ** ***** ** ***** ***** ***** ***** ***** ***** * *****
 ***** ***** ***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
 ***** ***** ***** (***** ***** , * * ***** * * * *****), ***** *****
 ***** ***** ***** ***** 202 ***** ***** ***** "5 *****" * 209 *****
 ***** "4 *****".

10% региональной выручки приходилось на отель «*****». Четырехзвездочный отель «*****» _ ***** ***** ***** *****
 ***** * ***** , ** ***** ***** ***** ***** ***** *****
 ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** 210 *****
 ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
 ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
 ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
 ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
 ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
 ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

6% выручки приходилось на "*****", куда входят четырехзвездочные «*****» и «*****»

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
----------	--	---------------------------



Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2014, год	Доля в выручке региона, %
"КОРСТОН - КАЗАНЬ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		27%
		10%
		6%
		4%
		4%
		3%
		3%
		2%
"СПА-ОТЕЛЬ РАССТАЛ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		2%
"ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС "ТАТАРСТАН", ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО		2%
		2%

Таблица 35. Крупнейшие гостиницы Казани (чья доля рынка превышает 2%), доля на рынке, выручка, регион, тыс. руб.

2.3.8. Ростовская область

2.3.9. Самарская область

2.3.10. Пермский край

2.3.11. Калининградская область

2.3.12. Нижегородская область

Нижний Новгород и область по выручке от гостиничных услуг находится на 11 месте, количество гостиниц составляет порядка 100 единиц. Крупнейшей гостиницей является "*****", с долей на региональном рынке 19%. *****
«***» - ***** ***** * ***** ***** ***** *****
«***» ***** ***** ***** , * ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** *****

* ***** ***** ***** ***** ***** 3* * 4* , ***** *****_*****,
***** ***** «***» * «*****», ***** ***** «***** *****», *****
***** «***** *****», ***** ***** «*** *****», *****_***** «*** *****» * ***_
***** «*****&*****».

*** ***** 40 ***, * 1975 *****, ***** ***** «***» * ***** ***** ***** **
***** ***** ***** ***** ***** * 2014 ***** ***** «***» ***** *****
***** «***** ***** **» * ***** «***** ***** *****_*****».

Второе место занимает компания "*****" с долей рынка 10%, столько же у гостиницы «*****», гостиница бизнес-класса. Размещение международных делегаций, спортивных, туристических групп.

По 6% у "ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС "НИЖЕГОРОДСКИЙ" (Азимут Отель Нижний Новгород) и "ОМК-ТУР" (Гостиница "Баташев").

Одно из главнейших преимуществ гостиничного комплекса «Азимут Отель Нижний Новгород» (бывшая гостиница «Нижегородская») - это его расположение в самом центре города, рядом со знаменитой достопримечательностью Нижнего Новгорода –

2.3.13. Новосибирская область

2.3.14. Приморский край

2.3.15. Хабаровский край

2.3.16. Крым, Севастополь

2.3.17. Челябинская область

2.3.18. Воронежская область

2.3.19. Красноярский край

2.3.20. Иркутская область

2.3.21. Ярославская область

2.3.22. Ставропольский край

**2.4. ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ, ПРОГНОЗ
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В 2016 ГОДУ**

**2.4.1. Влияние мобильных технологий на гостиничный бизнес
(исследование Oracle 2016)**

**2.4.2. Тенденция развития рынка брендированных гостиничных
номеров в России и странах СНГ в 2016 году. Открытие
брендированных гостиниц в городах РФ.**

**2.4.3. Тренды туристической индустрии в 2016 году. Ключевые
факторы при выборе гостиницы/отеля**

***** * 2016 ****, *****
***** ***** , * ***** ***** ***** 44
000 ***** ** ***** * ***** , ***** *****
***** * 2016 *****:

***** 2016 *****

***** , ***** 2016 ***** , ***** 44 000 ***** <2016 ***** >

* 2016 *****

***** 2016 *****

***** 47 ***** 56%. ***** 46% ***** (65% ***** 73% *****) ***** (35% ***** 30% *****).

***** 2016 ***** 2016 ***** 10 *****



*****, ***** _ *****
*****, ***** _ *****
*****».
«***** ***** ***** *****» ***** *****
«*****», «***** * ***** *****» — ***** ***** ***** ***** &*/*****_
*****» — «***** *****» * ***** , * «***** ***** *****» — *****
«*****».

- 10 ***** *****
1. ***** , *****_*****
2. ***** ***** ***** ***** ***** ***** «*****», *****_*****
3. «***** ***** ***** *****», *****
4. «***** ***** ***** *****», *****_*****
5. ***** , *****
6. «*****», *****_*****
7. «***** ***** *****», *****
8. «***** *****», *****_*****
9. «*** *****», *****_*****
10. «***** *****», *****

2.8. ГОСТИНИЧНЫЙ МАРКЕТИНГ В ИНТЕРНЕТЕ

* ***** ***** ***** ***** ***** _ ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
* ***** ***** ***** ***** ***** *****_*****

2.8.1. ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** , *** *****
***** *****_***** * ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** , * * ***** ***** ***** ***** ,
***** ***** * ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** , * * ***** ***** ***** ***** * ***** , * * , ***** ,
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** . ***** ***** * ***** 24/7/365 * ***** ***** *****
***** ***** _ * * ***** ***** ***** ***** ***** , ***** *****
***** ***** .

2.8.2. ***** *****

* ***** * 2014 ***** ***** ***** ***** ***** *****
* ***** * 2013 * . ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** * * ***** ***** ***** , ***** , * *
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** , ***** *****
***** ***** * . ***** 34 % ***** ***** ***** ***** *



***** — *****. *****
*****, ***** 30 % *****
***** 2015 ***** , ***** 40–50 % *****.

2.8.3. *****

***** <*****>. * 2015 *
*****, *****

***** , *****
***** 100 *****
***** — ***** , ***** , *****
***** , ***** 100 *****
***** , ***** *****

2.8.4. *****

***** — ***** * *****
***** *****
***** , ***** *****
***** + *****
***** ***** 50 % — *****

*****.

- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****



**** ** ***** ***** ***** , ***** ***** *****
***** ***** , ***** ** ***** ** ** ***** , ** ** *****
***** , ***** ***** .

***** ***** ** ***** ***** ***** ***** ***** *****
*****_***** ***** ***** ***** ***** (***** ***** ***** ***** ***** , *****
.) *** ***** ** 25 % , ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ** 11
% , ***** ***** ***** ***** ***** 143 % (*** ***** — ** ***** ***** * *****
***** 2012 *****). ***** *****! ** ***** ** ***** * ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
* ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
* ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
3,6 ***** ***** ***** *****!

***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** (**) * ***** ***** *****_
***** ***** ***** ***** ***** 120 %!

2.8.5. ***_*******

***** *****_***** ***** — ***** ***** * ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
* ***** .

** ***** ***** , ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** , ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

2.8.6. *** ***** ***** *******

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** 187 ***** ***** ***** ***** ***** 1 *****
***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** 9 % ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** , ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

* ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****



***** , * ***_** , *** ***** * ***** ***** ***** , *****
***** ***** ***** ***** *****

***** , * ***** , ***** ***** <<*****>> * ***** ***** *****
***** ***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** (***** ***** ***** *****).
***** * * ***** ***** ***** ***** ***** * ***** ***** , ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
(***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** *****).

***** ***** ***** ***** <<*****>> * ***** ***** ***** № 1 *****
***** , * * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** * * * ***** , * * * * <<*****>> * * ***** *
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

***** ***** ***** ***** * ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** (***** ***** ***** ***** ***** 2015 *_* ***** *****
***** ***** *****).

*** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** * ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** , ***** , ***** , ***** , ***** * — ***** ***** — * * ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

*** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

- ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
- ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
— ***** ***** *****
- ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
- ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****
***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** ***** *****

2.8.10 Тренды отельного маркетинга 2016 года



2015 ****
****_****

**** **2016** _ ****

**** **30 %** ****

****_****

**** **80 %** ****

**** **90 %** ****



*****, ***** 30 %. * 2015 *****

* 2015 *****

с. руб. *****

143 *****
***** 2016



*, *****, *****
*****, ***** — *****, *****
*****, *****

2.9. ПРОГНОЗ НА 2016 ГОД (СВРЕ)

*****, 2014 *****, *****
*****, *****
*****, ***** * 2016-*, *****

*****, *****
*****, *****
*****, *****

*****, ***** 2015 *****, *****
* 2010 *****, ***** (***** 1,3 *****)
*****, ***** 2009-*

*****, ***** 2015 *****, *****
*****, ***** * *****
*****, ***** 32 % ***** 2014

* 2016 *****, *****
*****, ***** 3,58–4,7 ***** 30–60 %
*****, *****

*****, *****
*****, *****
*****, ***** 2016 ***** 2–2,5 *****

*****, ***** 2015 ***** (60 %)
*****, *****
*****, *****

*****, ***** — ***** 70 %
*****, *****
*****, *****

* 2015 *****, *****
*****, *****
*****, ***** 30 %

*****, 2015 *****, ***** 765 *****
*****, ***** 2,9 *****



***** (*****), *****
(*****), 317 ***** (*****), 214
*****).

***** 76 % *****.
***** 11 ***** , 49 % ***** 2015 *****
***** , *****

***** 10 *****
***** 1 762 ***** , ***** 2016 *****.

***** , *****
***** , *****

***** (***** 5 %). ***** ,
***** 15 % *****
***** 5 %.

***** 20–30 %
***** , *****

***** 2018 ***** , *****



О КОМПАНИИ EVENTUS CONSULTING

Компания «EVENTUS Consulting» существует на рынке с 2010 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований любой степени сложности, оказании консультационных услуг в сфере маркетинга и разработке высококачественных бизнес-планов. Сотрудники компании имеют высшее образование в сфере экономики, статистики, маркетинга и технических наук, опыт команды составляет более 10 лет успешного проведения маркетинговых исследований и разработки бизнес-планов.

Мы предоставляем информацию, незаменимую для разработки маркетинговых стратегий, бизнес решений и эффективного медиапланирования, собирая, систематизируя и анализируя данные, отражающие предпочтения и мотивацию потребителей.

Компания «EVENTUS Consulting» является надежным партнером, мы сотрудничаем с российскими и зарубежными компаниями. За всю историю нашей компании не было ни одного недовольного Клиента. Мы дорожим своей репутацией и предоставляем только качественную и проверенную информацию.

Основными отраслями специализации нашей компании являются сельское хозяйство, производство продуктов питания, промышленность. С 2010 года наша компания выполнила более **250** проектов для различных сфер бизнеса.

- Мы разрабатываем маркетинговые исследования в соответствии с международными стандартами ESOMAR (Европейского Общества исследователей рынка и общественного мнения), а также согласно требованиям ФАС РФ к исследованиям рынка. При проведении исследования используются качественные и количественные методики.
- Бизнес-планы компании EVENTUS Consulting соответствуют российским и международным стандартам
 - UNIDO (United Nations Industrial Development Organization)
 - ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития)
 - TACIS (Техническая помощь Содружеству независимых государств)
 - Правительства РФ
 - Министерство Экономического Развития

А также стандартам российских банков (Сбербанк, Россельхозбанк, ВТБ и т.д.)

Контактная информация:

Сайт: www.bp-eventus.ru , телефон: +7 (499) 340–70–12

E-mail: info@bp-enentus.ru, market@bp-eventus.ru

