

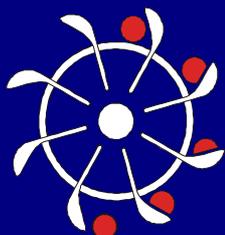
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ (ОБНОВЛЕНИЕ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
май 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва



ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация	3
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	9
Список таблиц	13
Список приложений.....	14
Выдержки из исследования.....	15

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского рынка туристических услуг.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость каждого сегмента рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- выявить основные тенденции рынка;
- провести конкурентный анализ основных участников рынка;
- произвести сегментацию потребителей.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование.

В исследовании содержится информация следующего характера:

- изучена макроэкономическая ситуация, влияющая на рынок;
- проведен анализ современного состояния рынка,
- приведены оценки объема рынка, прогнозы его изменения
- произведен конкурентный анализ основных игроков рынка, выделены их конкурентные преимущества и недостатки;
- определены сдерживающие факторы рынка и факторы, благоприятствующие развитию рынка



- определены потребители и их предпочтения в выборе услуг;
- оценены перспективы рынка.

Кол-во страниц: 142

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 47 диаграмм, 6 таблиц, 6 приложений.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект и предмет исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Мировой рынок туристических услуг

Объем мирового рынка туризма

Темпы роста

Международные туристические потоки

Сдерживающие факторы рынка

Тенденции развития рынка

Место России на мировом рынке

Прогноз развития рынка

Российский рынок въездного туризма

Объем рынка

Структура рынка

Особенности спроса на услуги рынка въездного туризма

Рынок въездного туризма Москвы

Рынок въездного туризма Санкт-Петербурга

Сдерживающие факторы рынка

Тенденции развития рынка

Рынок выездного туризма

Объем рынка

Емкость рынка

Темпы роста

Структура рынка

Структура спроса на рынке выездного туризма

Сдерживающие факторы рынка

Тенденции рынка

Внутренний рынок туристических услуг

Объем рынка

Темпы роста

Структура спроса на рынке

Тенденции рынка

Сдерживающие факторы рынка

Участники российского туристического рынка

Общая характеристика игроков российского туристического рынка

Крупнейшие турагентские сети

Турагентские сети по принципу франчайзинга

Розничные сети туроператоров

Объединения турагентств

Крупнейшие игроки на рынке въездного туризма

Крупнейшие игроки на рынке выездного туризма

Крупнейшие игроки на российском внутреннем рынке туристических услуг

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками рынка туристических услуг

Потребители туристических услуг

Описание потребителей

Потребительские предпочтения

Характеристика турпродукта

Факторы выбора турфирмы

Тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию рынка

Сдерживающие факторы рынка

Сдерживающие факторы на рынке въездного туризма

Сдерживающие факторы на рынке выездного туризма

Сдерживающие факторы на рынке внутреннего туризма

Другие сдерживающие факторы

Инвестиционная привлекательность

Общие тенденции рынка

Тенденции на рынке въездного туризма

Тенденции на рынке выездного туризма



Тенденции на рынке внутреннего туризма

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Среднедушевые доходы населения

Диаграмма 2. Динамика мировых туристических прибытий в 1999 – 2006 гг., млн. чел.

Диаграмма 3. Доля регионов в мировых туристических прибытиях в 2006 г., %

Диаграмма 4. Темпы прироста мировых туристических прибытий в 2006 г. в разрезе регионов, %.

Диаграмма 5. Темпы прироста мировых туристических прибытий в 2006г по кварталам в разрезе регионов, %.

Диаграмма 6. Бюджетные средства, выделенные в 2006 году туристическими администрациями на продвижение национального турпродукта, млн. долларов

Диаграмма 7. Прогноз для 10 самых быстроразвивающихся туристических стран в 2007- 2016 гг. , % (ежегодный прирост)

Диаграмма 8. Динамика въездного потока в 2002 – 2006 гг., тыс. чел.

Диаграмма 9. Въезд иностранных граждан в РФ по целям поездок.

Диаграмма 10. Въезд иностранных граждан в Россию с целью туризма в 2005 и 2006 гг. (тыс. поездок).

Диаграмма 11. Темпы прироста иностранных граждан, въехавших в Россию в 2006 г. по некоторым странам, в % к предыдущему году.

Диаграмма 12. Рейтинг привлекательности отдельных регионов РФ для внутренних туристов в 2005 году.

Диаграмма 13. Динамика прибывших в Москву иностранных граждан с целью туризма в 2000 - 2006 гг., тыс. чел.

Диаграмма 14. Динамика прибывших в Санкт-Петербург иностранных граждан с целью туризма в 1997-2006 гг., млн. чел

Диаграмма 15. Продолжительность пребывания иностранных туристов в Санкт-Петербурге, % (2005 год)

Диаграмма 16. Динамика выездного потока из России в 2004 – 2006 гг., тыс. чел.

Диаграмма 17. Темпы прироста российских граждан, выехавших за рубеж в 2004 – 2006 гг. с целью туризма, в % к предыдущему году

Диаграмма 18. Цель поездки российских граждан за рубеж в 2006 году, %

Диаграмма 19. Доля некоторых стран в туристическом выездном потоке из России в 2005 – 2006 гг., %

Диаграмма 20. Темпы прироста выезда российских туристов по некоторым странам в 2006 г., в % к предыдущему году

Диаграмма 21. Структура спроса по итогам 9 месяцев 2006 г., %

Диаграмма 22. Структура спроса по итогам зимнего сезона 2004/2005 г., %

Диаграмма 23. Структура спроса на направления горнолыжного туризма по итогам зимнего сезона 2004/2005 г., %

Диаграмма 24. Финансовые обороты 10 крупнейших туроператоров России по итогам 2005 года.

Диаграмма 25. Темпы роста 10 крупнейших туроператоров России по итогам 2005 года.

Диаграмма 26. Соотношение независимых и сетевых турагенств в Москве, %

Диаграмма 27. Финансовый оборот крупнейших компаний, работающих на рынке въездного туризма, в 2004 - 2005 гг., млн. \$

Диаграмма 28. Динамика турпотока крупнейших компаний, работающих на рынке въездного туризма, в 2004- 2005 гг., тыс. чел.

Диаграмма 29. Финансовый оборот крупнейших компаний на рынке въездного туризма в 2004-2005 гг., \$млн.



Диаграмма 30. Соотношение по половому признаку российских туристов, путешествующих по России, странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 31. Уровень образования российских туристов, путешествующих по России, странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 32. Уровень трудовой активности российских туристов, путешествующих по России, странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 33. Уровень доходов российских туристов, путешествующих по России, странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 34. Факторы, определяющие отдых в России, % 104

Диаграмма 35. Предпочтения туристов, отдыхающих в России и за границей, в отношении выбора спутника, %

Диаграмма 36. Предпочтения отдыхающих в России в способе организации отдыха, %

Диаграмма 37. Предпочтения отдыхающих за границей в способе организации отдыха, %

Диаграмма 38. Отношение российских туристов к покупке туристической путевки в кредит, %

Диаграмма 39. Предпочтения отдыхающих в России в отношении пользования услугами гостиниц, %

Диаграмма 40. Предпочтения отдыхающих за границей в выборе класса гостиницы, %

Диаграмма 41. Частота поездок по России и за границу в течение трех летних месяцев, %

Диаграмма 42. Степень удовлетворенности россиян отдыхом в сезон лето-2005, %



Диаграмма 43. Предпочитаемая продолжительность поездки за границу, %

Диаграмма 44. Затраты на отдых туристов, отдыхающих за границей, %

Диаграмма 45. Затраты на отдых туристов, отдыхающих за границей, %

Диаграмма 46. Направления предполагаемых поездок российских граждан за рубеж в ближайшие три года, %

Диаграмма 47. Факторы, определяющие выбор турфирмы, % 2006 год.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 2. Сравнительная характеристика компаний на рынке внутреннего туризма.

Таблица 3. STEP-анализ рынка туризма (благоприятствующие факторы)

Таблица 4. STEP-анализ рынка туризма (сдерживающие факторы)

Таблица 5. STEP-анализ рынка выездного туризма (сдерживающие факторы)

Таблица 6. STEP-анализ рынка внутреннего туризма (сдерживающие факторы)

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Развитие туризма и путешествий в России, оценки и прогнозы Всемирного совета по туризму и путешествиям, %

Приложение 2. Результаты опроса 115 компаний из 24 регионов Российской Федерации по ситуации на рынке въездного туризма

Приложение 3. Численность российских граждан, выехавших за границу в 2004 - 2006 гг. с целью туризма, чел. 140

Приложение 4. Рейтинг крупнейших турфирм России по результатам работы за 2005 год

Приложение 5. Туристские компании - члены РСТ, подтвердившие в установленном порядке своё лидерство по объёмам продаж в 2005 г.

Приложение 6. Крупнейшие московские туроператоры и их специализация

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Развитие туризма является чрезвычайно важным направлением российской экономики. В государственной системе России, по мнению аналитиков Азиатско-Тихоокеанской туристической Ассоциации (ПАТА), туризм как отрасль экономики получает все большее признание. Однако говорить о каком-то реальном влиянии этой отрасли в стране и в мире пока не совсем оправданно.

В России туристический бизнес развивается с преимущественной ориентацией на выезд. Подавляющее большинство действующих у нас туристических фирм предпочитают заниматься направлением своих соотечественников за рубеж, и лишь небольшая их часть работает на привлечение гостей в РФ. Рынок выездного туризма относительно стабилен. Что касается въезда, то следует особо отметить сезонность российского турпродукта и «нераскрученность» различных туристических программ. В настоящее время внутренний рынок туризма развит слабо, но, тем не менее, многие участники и эксперты рынка считают его самым перспективным направлением развития российского турбизнеса.

ОБЪЕМ МИРОВОГО РЫНКА ТУРИЗМА

Туристический бизнес – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей современного мирового хозяйства. Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

По данным Всемирного совета туризма и путешествий (World Travel&Tourizm Council, WTTC), оборот мировой туриндустрии **в 2005 году** превысил \$6 трлн. В 2006 году оборот мировой туриндустрии составил \$6,27 трлн. Суммарные вложения в сферу туризма в 2004 году оценивались почти в \$700., что составляет 11,3% инвестиций в экономику всех стран мира. Индустрия туризма создала в 2005 году во всем мире более 200 млн. рабочих мест и произвела свыше 10% глобального валового внутреннего продукта (ВВП).

ТЕМПЫ РОСТА

Согласно данным UNWTO, мировая туриндустрия в 2006 году выросла в среднем на **4,5%** по сравнению с прошлым годом. По словам генерального секретаря UNWTO Франческо Франжиалли, рост туризма в 2006 году обогнал долгосрочный прогноз (4,1%), несмотря на риски, с которыми мировой туризм столкнулся год назад – терроризм, санитарные проблемы, вызванные птичьим гриппом, и подъем нефтяных цен. Подъему также способствовало состояние экономики, переживающей один из самых продолжительных периодов устойчивого развития.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Международный туризм развит в разных странах крайне неравномерно. По данным Всемирной туристской организации, Европа - основной туристопринимающий регион. На долю этого региона приходится свыше половины мирового туристического рынка. Но в последние несколько лет доля Европы в мировых туристических прибытиях имеет тенденцию к спаду (средний прирост турпотока по Европе в 2005 году составил всего лишь 4%.), в то время как доля стран Азиатско-Тихоокеанского региона, Ближнего Востока и Африки возрастает. По итогам 2005 года наибольшими темпами развивалась Африка (в среднем рост туризма составляет 10%).

МЕСТО РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

В последнее десятилетие на рынок мирового туризма вышла Россия.

По оценкам Всемирной туристской организации (ВТО), потенциал России позволяет при соответствующем уровне развития инфраструктуры принимать до 40¹ млн. иностранных туристов в год. Вместе с тем на ее долю, согласно данным ВТО, в 2006г. г. приходилось всего 7,8% от общемирового числа международных туристских прибытий. С учетом всех прибывших в Россию в 2004 году иностранных граждан доля нашей страны в мировых турпотоках не превысит 3%.
(Газета «Rata news», №1419, 08.12.2005 г.)

¹ http://www.ratanews.ru/news/news_8122005_2.stm

Согласно данным Всемирного совета по туризму (WTTC) по объемам турсектора в абсолютных цифрах Россия занимает 22-е место в мире, а в относительных цифрах - 156-е. То есть Россия пока не относится к категории туристскоемких государств.

В российском туризме по данным отчета WTTC на 2007 год будет занято 3 913 000 человек, что составляет 5,7% от общей занятости в стране. Доля туризма в валовом внутреннем продукте России будет 358,4 млрд. руб. (\$13,6 млрд.), или 1,1%, в 2006 году туризм принес России \$12,4 млрд, или 1,5%². Но так как туризм затрагивает все сектора экономики, реальный вклад этой отрасли существенно выше. Прямо и косвенно туристический сектор обеспечит 4515170 рабочих мест (6.6% общего числа рабочих мест в стране) и создает 1910.7 млрд. руб. (\$66.3 млрд.) ВВП, что равно 7.8%.

Доля туризма в экспорте товаров и услуг в 2006г. составил 6,7% - 593,4 млрд. руб. (\$20,6 млрд.), в объеме капитальных инвестиций – 12,1%, или 607,1 млрд. руб. (\$21,1 млрд.). До 2015 года в российской индустрии туризма ожидается ежегодный рост в размере 7% по совокупному спросу, 5,6% в совокупном ВВП отрасли, 0,9% числа рабочих мест, 8,5% в общем объеме экспорта и 9,8% в капитальных инвестициях (*World travel&tourism council «Российская Федерация. Влияние туризма и путешествия на рынок труда и экономику»*).

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), рост международных прибытий в 2007 году должен составить около 4%.³ Ожидается повышение устойчивости за счет, того, что представители бизнеса, правительства, потребители а также международные организации, в частности ЮНВТО, в настоящее время научились лучше предвидеть и более эффективно применять антикризисные меры.

Туристы становятся более информированными и теперь, выбирая куда поехать, учитывают уже и требования безопасности наряду с другими требованиями.

² <http://wtcc.org/2006TSA/pdf/League%20Tables%202006.pdf>

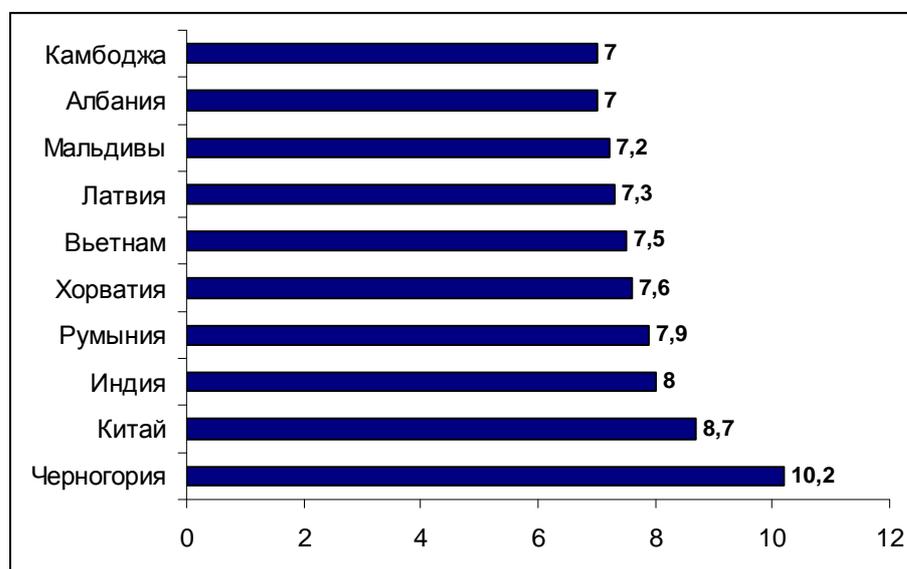
³ http://www.unwto.org/ruso/news_release/2007/record_year.htm

Предполагается, что рост мировой экономики сохранится на том же уровне, что и в 2006 году. Нефтяные цены продемонстрировали тенденцию к большей устойчивости и не представляют угрозы для стабильности экономики, как год назад.

При этом, некоторая неопределенность, сохраняющаяся в мировой экономике, способна повлиять на перспективы турсектора. Рост процентных ставок в ряде стран может отрицательно сказаться на располагаемом доходе. Слабый доллар рискует снизить спрос на путешествия со стороны американцев. В то же время усиление евро должно положительно отразиться на международных поездках европейцев.

Благоприятный прогноз мировой экономики говорит о том, что положительная тенденция, сложившаяся в туризме за последние три года, в 2007 году должна укрепиться.

ДИАГРАММА 1. ПРОГНОЗ ДЛЯ 10 САМЫХ БЫСТРОРАЗВИВАЮЩИХСЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ СТРАН В 2007- 2016 ГГ. , % (ЕЖЕГОДНЫЙ ПРИРОСТ)



Источник: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Согласно информации Международной организации туризма в ближайшие годы число туристов достигнет 1 млрд. человек.



По данным исследовательской компании «Мintel» сейчас самая активно путешествующая нация – немцы. Но через 15 лет главным источником доходов туроператоров станут жители стран Азии, которые пока не входят в число лидеров.

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

ОБЪЕМ РЫНКА

По итогам 2005 года, как сообщил руководитель Федерального агентства по туризму Владимир Стржалковский, объем рынка внутреннего туризма составил 444 млн рублей, поток внутренних туристов 23,1 млн человек. Рост туристического потока в Россию за первый квартал этого года составил 11%, а въездного - 19%.

ТЕМПЫ РОСТА

Российский внутренний турпоток ежегодно увеличивается на 20 - 30%, соответственно, растет и привлекательность турбизнеса.

По оценкам экспертов, популярность отдыха в пределах России в 2006 году возросла минимум на 15%, составив около 25 млн человек.

СТРУКТУРА СПРОСА НА РЫНКЕ

Операторы по внутреннему туризму отмечают стабильное повышение спроса на отдых в России. По различным оценкам, в 2006 г. число туристических поездок соотечественников по стране выросло на 15% по сравнению с прошлым годом.

Владимир Стржалковский – руководитель Ростуризма считает что первое место на внутреннем туристическом рынке России занимает Краснодарский край, поскольку в I полугодии 2006 года его посетили порядка 5 миллионов российских туристов, что на 9,8 процента превышает показатель шести месяцев 2005 года.

По - прежнему, популярным направлением остается Санкт-Петербург, в I полугодии 2006 года его посетило на 12,2% больше туристов, чем за аналогичный период 2005 года. Неплохие показатели роста по Ставропольскому краю – 12,5%, Новгородской области – 17%. Следует отметить, что около 80% посещающих Великий Новгород гостей – это россияне, и лишь 20% - иностранцы.

По мнению руководителя Ростуризма немаловажным в развитие туризма является то, что главы субъектов РФ наконец осознали значительную роль туризма в экономике страны. Развивается строительство гостиниц, в одном Петербурге за период 1996-2006 гг их число выросло с 15 до 468. Также строятся



гостиницы в регионах. Развивается инфраструктура не только столиц и крупных городов (строятся развлекательные комплексы, рестораны, автопарки и т.д.).

(Источник: [Российская Бизнес-газета N567](#) от 15 августа 2006 г.)

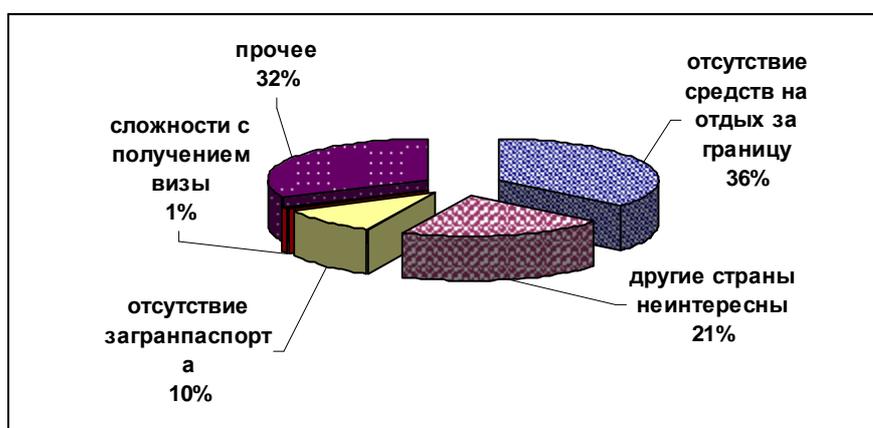
ТЕНДЕНЦИИ НА КОНКУРЕНТНОМ ПОЛЕ

- Рынок испытывает процесс консолидации. Увеличились темпы роста турагентских сетей. На каждом направлении выделились 3–5 компаний, контролирующих более 50% рынка. Активизировался процесс объединения небольших компаний, рассчитывающих упрочить свои позиции и обеспечить больший спектр предложений.
- Отчетливо проявляется тенденция к диверсификации туристического рынка. Все большее число компаний отказываются от узкой специализации на нескольких странах в пользу более широкого спектра предлагаемых туристам направлений.
- Региональная сеть обеспечивает значительную долю в объемах продаж столичных операторов.
- Наметилась тенденция к формированию чартерных пулов, когда несколько туроператоров, работающих по одному направлению, объединяются и создают консолидированную программу перевозки туристов.
- Сегодня количество независимых туристических агентств сокращается, увеличивается доля турагентских сетей.
- Многие крупные операторы применяют франчайзинговые схемы работы.
- На рынок России выходят крупные транснациональные компании, которые зачастую придерживаются стратегии вытеснения конкурентов за счет демпинга. Уже сейчас ряд массовых направлений контролируется иностранными операторами - представителями этих стран. Российские турфирмы опасаются неизбежного снижения цен на рынке туристических услуг.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

В опросе, проведенного RBC daily и call-центром «Горячие линии», приняли участие 300 жителей Москвы с различным уровнем доходов. 46% опрошенных респондентов регулярно выезжают на отдых, причем большая часть – 69% – предпочитают проводить его на внутренних курортах.

ДИАГРАММА 2. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ОТДЫХ В РОССИИ, %



Источник: RBC daily, «Горячие линии», 2005 г.

Наиболее предпочтительными местами отдыха респонденты назвали Черноморское побережье Краснодарского края и Крыма (24%), среднюю полосу России (20%). Наибольшее количество туристов путешествует с родственниками.



Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan,



Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (АРЕХ), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.