

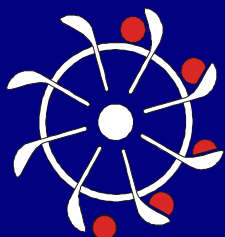
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

РЫНКА ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИЙ В МОСКВЕ И МОСКОВСКОЙ ОБЛ. (ОБНОВЛЕНИЕ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
апрель 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	10
Выдержки из исследования.....	11
Описание отрасли.....	11

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ рынка помещений для проведения конференций в Москве и Московской области.

Задачи исследования

- Описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- Получить информацию по общей ситуации на рынке;
- Произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- Определить емкость рынка;
- Изучить систему ценообразования на рынке;
- Выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- Составить классификацию мероприятий и требования к помещению для каждого типа мероприятия,
- Составить перечень требований к помещению;
- Выделить основные тенденции развития рынка.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование. Данный вид исследования предполагает проведение поисковых работ и анализ информации в открытых источниках.

В отчете подробно представлен анализ крупнейших игроков рынка помещений для проведения конференций и семинаров, основные количественные характеристики (объем и емкость рынка, количество конференц – залов, предоставляемых разнообразными объектами недвижимости), описаны сбытовая



структура рынка помещений для проведения конференций и семинаров, основные принципы ценообразования и перечень требований к помещениям для конференций и/или семинаров.

В отчете проанализированы смежные и влияющие рынки гостиничного бизнеса, коммерческой недвижимости. Так же описаны инвестиционная привлекательность рынка помещений для проведения конференций и семинаров, риски, связанные с рынком, тенденции развития рынка помещений для конференций и/или семинаров.

Кол-во страниц: 102

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 19 диаграмм, 13 таблиц, 2 схема, 2 приложения.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Общеэкономическая ситуация в России

Макроэкономическая конъюнктура Рынка

Описание отрасли

Описание влияющих Рынков

Рынок офисной недвижимости

Рынок гостиничного бизнеса

Рынок услуг по организации конференций

Рынок семинаров

Рынок кейтеринга, event- мероприятий и услуг по их организации

Описание смежных Рынков

Рынок помещений для проведения выставок

Рынок выставок

Рынок делового туризма

Сегментация и структура Рынка по основным видам Услуги

Определение услуги

Сегментирование услуги по основным наименованиям

Ценовое сегментирование Услуги

Основные тенденции различных сегментах услуг

Тенденции в сегментах различных видов услуг

Тенденции в ценовых сегментах

Основные количественные характеристики Рынка

Объем Рынка в натуральном выражении

Объем Рынка в денежном выражении

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения Услуги

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Игроки рынка (основные участники)

Посредники предоставления Услуги

Основные принципы ценообразования на Рынке

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими объектами аренды исследуемой услуги

Основные параметры конкуренции

Описание профилей крупнейших компаний Рынка

Гостиница «Международная»

Гостиница «Президент»

Гостиница «Космос»

Гостиница «Рэдиссон САС Славянская»

Бизнес-центр «ИнфоПространство»

Бизнес-центр «Павелецкий»

Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками Рынка

Конкуренция между крупнейшими посредниками, занимающимися организацией конференций

ITE

BBPG

«Ведомости»

Adam Smith Conferences

Сравнительная характеристика посредников, занимающихся организацией конференций

Анализ потребителей

Описание потребителей

Сегментация потребителей

Требования к помещениям для проведения конференций

Основные тенденции в потребительском сегменте

Основные выводы и рекомендации

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Тенденции Рынка

Тенденции в сегментах различных видов Услуги

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение

СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2002-2007 гг., %
- Диаграмма 2. Динамика номинальной начисленной заработной платы в 2001-2006 гг., руб.
- Диаграмма 3. Динамика уровня инфляции в России, в %, 2006г.
- Диаграмма 4. Структура предложения коммерческой недвижимости, в %, 2006г.
- Диаграмма 5. Объем новых офисных площадей классов А и В, 2006г.
- Диаграмма 6. Объемы нового строительства с распределением по годам.
- Диаграмма 7. Распределение спроса по классу здания.
- Диаграмма 8. Прогноз общей выставочной площади закрытых павильонов экспонентов, 2006 г.
- Диаграмма 9. Деление общего количества московских выставок по числу экспонентов, 2005 г.
- Диаграмма 10. Структура выставочного рынка Москвы (в%)
- Диаграмма 11. Выставочный рынок в России (в %).
- Диаграмма 12. Структура рынка делового туризма (в %), 2006 год.
- Диаграмма 13. Доли игроков на рынке, 2006 год
- Диаграмма 14. Доли различных видов услуг на Рынке в % выражении, 2006 год
- Диаграмма 15. Количество конференц-залов в гостиницах (в шт, %), 2006 год
- Диаграмма 16. Количество конференц-залов в бизнес-центрах (в шт, %), 2006 год
- Диаграмма 17. Количество конференц-залов в гостиницах и пансионатах различного уровня (в шт, %), 2006 год
- Диаграмма 18. Концентрация конференц-залов в различных объектах, 2006 год.
- Диаграмма 19. Заказчики конференций.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Средние ставки аренды офисных помещений

Таблица 2. Наиболее известные фирмы-организаторы выставок

Таблица 3. Деление общего количества московских выставок по числу

Таблица 4. Разделение выставок 2006 года по тематикам

Таблица 5. Количество конференц-залов в гостиницах различного уровня, 2006 год.

Таблица 6. Количество конференц-залов в бизнес-центрах (в %), 2006 год.

Таблица 7. Количество конференц-залов в загородных пансионатах (в %), 2006 год.

Таблица 8. Объемы различных сегментов Рынка в натуральном и денежном выражении

Таблица 9. Средняя стоимость аренды конференц-залов (Москва, у.е/час) в зависимости от категории и вместимости, 2006 год

Таблица 10. Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка по основным параметрам

Таблица 11. Сравнительная характеристика посредников по организации конференций

Таблица 12. STEP-анализ рынка

Таблица 13. Возможные риски, связанные с рынком помещений для выставок

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Эксперты отмечают рост спроса на помещения для проведения конференций, а так же непосредственно на услуги организаторов подобных бизнес-мероприятий. Многие организации, предоставляющие услуги аренды залов под проведение конференций, стараются работать с проведением тренингов по обучению персонала. Помимо собственно аренды залов, гостиницы предлагают клиентам услуги по аренде оборудования, организацию питания и обслуживания клиентов¹.

Более крупным рынком, куда входит изучаемый рынок, является **российский рынок коммерческой недвижимости**. В последнее время этот рынок довольно быстро развивается.

Коммерческая недвижимость делится на три большие группы:

- *Торговая коммерческая недвижимость* - магазины, торговые палатки, торговые центры, отделы магазинов и другое.
- *Офисная коммерческая недвижимость* - офисные здания, административные здания, бизнес-центры, особняки, отдельно стоящие здания, помещения на первых нежилых этажах жилых домов, сдающиеся в аренду помещения в бывших или действующих предприятиях, цокольные этажи зданий, помещения свободного назначения и т.д.
- *Складская коммерческая недвижимость* - это как специально оборудованные складские комплексы, так и складские площадки в промзонах и на территориях предприятий.

Стоит отметить, что за последнее время объем инвестиций в московский рынок коммерческой недвижимости неуклонно увеличивается. Такое стабильное развитие рынка объясняется тем, что он востребован как для российского, так и для иностранного капитала.

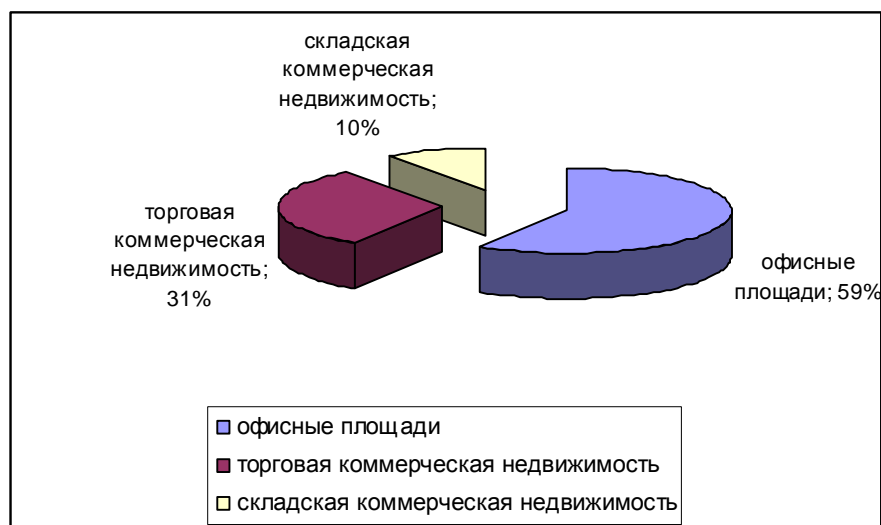
¹ <http://www.redlinemedia.ru/rubrika.php?rubrika=2>

ОБЪЕМ В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ

За прошедший 2006 год наблюдается увеличение общего количества экспонирующихся объектов² коммерческой недвижимости по отношению к предыдущему году на 40%. Объем рынка в стоимостном выражении вырос на 75%. Суммарная площадь экспонируемых объектов относительно предыдущего года увеличилась на 13%.*(Источник: RRG).*

Объем предложения новых объектов за прошедший год по количеству объектов увеличился на 78%. Данный рост свидетельствует об увеличении активности, а так же об общем росте рынка коммерческой недвижимости.

Диаграмма 1. Структура предложения коммерческой недвижимости, в %, 2006г.



Источник: по данным Russian Research Group, 2006г.

Традиционно ведущее место занимают офисные площади - 59%, доля торговых помещений, выставяемых на продажу, составляет примерно 31%. Около 10% приходится на производственно-складские объекты и помещения свободного назначения.³

² Сравниваются средние значения декабря 2005г. и декабря 2006г.

³ <http://www.arendator.ru/articles/2/art/12484/pg/1/>

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

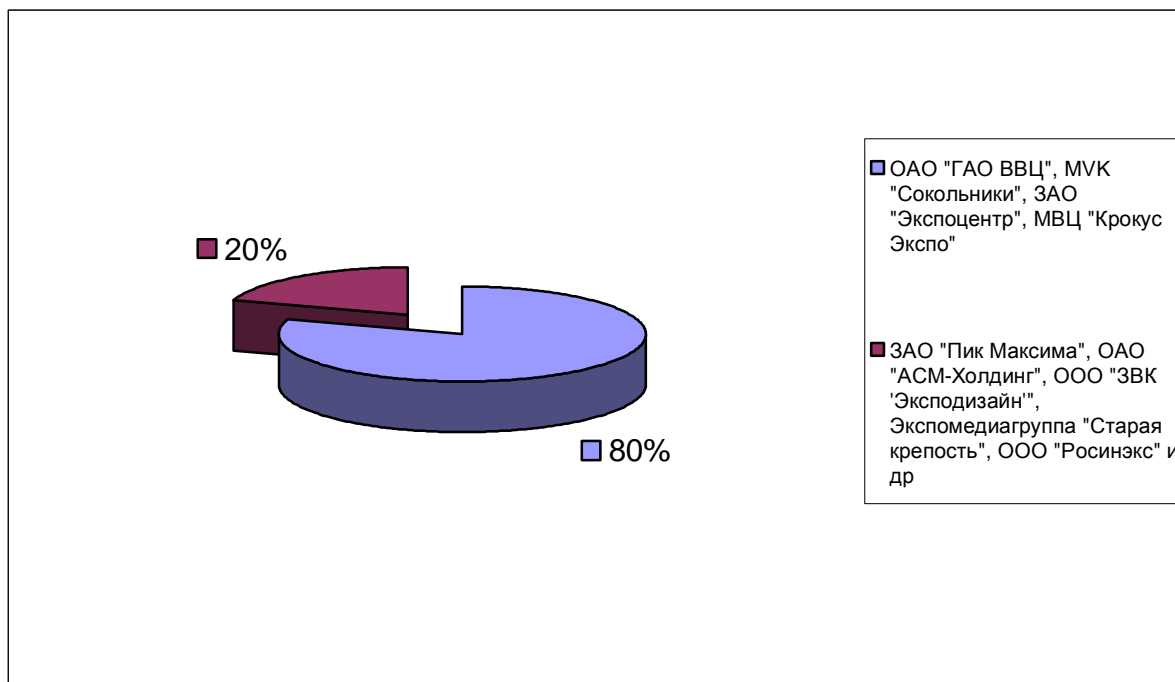
1. Наблюдается постоянный рост рынка коммерческой недвижимости, во многом связанный с увеличением деловой активности в столице.
2. Увеличение инвестиционной активности. Это связано не только с благоприятными условиями, сложившимися в российской экономике в целом, но и с появлением все большего количества современных форматов торговли, офисных площадок и т.д.
3. Избирательный подход девелопера к выбору арендатора с учетом последующей продажи объекта.
4. Усиление развития конкуренции между торговыми комплексами в секторе торговой коммерческой недвижимости.

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Примерно 60% всего выставочного рынка России приходится на Москву. При этом, более восьмидесяти процентов этого рынка занимают компании - владельцы выставочных площадей. Остальная доля принадлежит выставочным компаниям, которые арендуют выставочные павильоны⁴.

⁴ По материалам РБК

Диаграмма 2. Структура выставочного рынка Москвы (в%)



Источник: по материалам РБК

Как видно из диаграммы, **арендаторы** выставочной площади чаще всего обращаются к услугам ОАО «ГАО ВВЦ», «Сокольники», ЗАО «Экспоцентр», МВЦ «Крокус Экспо». Такие предприятия как «Старая крепость», «АСМ-Холдинг» и другие являются **частными компаниями**.

ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ

Отметим, что большая часть выставочной деятельности сосредоточена в столице.

Самые известные на сегодня выставочные площадки, присутствующие довольно давно на рынке:

- § Всероссийский выставочный центр (бывшая ВДНХ),
- § "Экспоцентр" на Красной Пресне,
- § ВВЦ "Сокольники",
- § "Ленэкспо" в Санкт-Петербурге.

Из вновь открытых:

- § "Крокус-Экспо" в "Крокус-Сити".

Стоимость участия в выставках сильно колеблется в зависимости от многих факторов - региона, имени организатора, выставочной площадки, спроса на конкретную выставку. Цена на 1 кв. м арендуемой площади колеблется от 70 до 500 долларов США. Самые высокие цены в "Экспоцентре" *(по данным выставочного холдинга MVK)*.

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

1. Выставки появляются там, где есть отраслевая конкуренция. Одной из тенденций, наметившихся на данном рынке в последнее время, является постоянное смещение тематического акцента выставок.
2. Динамика развития выставочного бизнеса в настоящее время свидетельствует о переходе количественных изменений в качественные. Иначе говоря, происходит преобразование выставочного рынка в сторону его глобализации, преобладания тенденций кооперации. Эта тенденция является результатом исчезновения мелких фирм, сокращения как выставок и ярмарок, так и операторов; постепенного исчезновения однотипных выставок.
3. Решение задач и проблем современного развития выставочного рынка Москвы сегодня, безусловно, способствует оптимизации отношений делового партнерства с международным выставочным сообществом, реализацией потенциала крупнейшего европейского бизнес-центра.
4. В целом, современное состояние и тенденции развития выставочной деятельности в Москве свидетельствует о становлении города в качестве крупнейшего в Восточной Европе центра данного вида услуг.



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 (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.