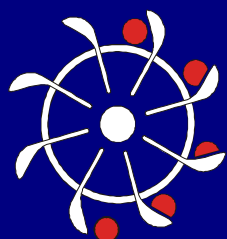


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТУРИЗМА И ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
Март 2008 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 исследования..... | 3 |
| Описание исследования | 3 |
| Полное содержание исследования | 4 |
| Список диаграмм | 7 |
| Список таблиц | 10 |
| Выдержки из исследования | 11 |
| Рынок въездного туризма Москвы | 14 |
| Рынок выездного туризма | 16 |
| Объем рынка | 16 |
| Емкость рынка | 16 |
| Темпы роста..... | 17 |
| Внутренний рынок туристических услуг | 18 |
| Объем рынка | 18 |
| Темпы роста..... | 18 |
| Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками рынка туристических услуг..... | 18 |

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: описать состояние российского рынка туристических услуг

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ходе исследования были решены следующие задачи:

- Описана общая ситуация на мировом рынке туристических услуг: объем рынка, тенденции, темпы роста рынка, проблемы и перспективы развития рынка и его взаимосвязь с российским рынком туризма
- Описана общая ситуация на рынке туристических услуг в России
- Определён объем российского рынка туристических услуг
- Определены темпы роста российского рынка туристических услуг как в целом, так и по отдельным направлениям
- Описаны наиболее популярные направления выездного рынка туристических услуг: определены объем и динамика посещений россиянами этих стран
- Дана характеристика деятельности основных игроков российского рынка туристических услуг
- Выявлены потребительские предпочтения в сфере внутреннего, въездного и выездного туризма
- Определены основные проблемы рынка, тенденции, прогноз и перспективы развития

Кол-во страниц: 128 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 44 диаграмм, 13 таблиц

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
Источник: Высшая школа экономики
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 2000 – 2007 гг., млн. чел.

Диаграмма 3. Доля регионов в мировых туристических прибытиях за 9 месяцев 2007 г., %

Диаграмма 4. Темпы прироста мировых туристических прибытий в 2007 г. в разрезе регионов

Диаграмма 5. Темпы прироста мировых туристических прибытий в 2007г. 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 – 2007гг., 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 10А. Въезд иностранных граждан в Россию с целью туризма в первом полугодии 2007г. (тыс. поездок).

Диаграмма 11. Темпы прироста иностранных граждан, въехавших в Россию с целью отдыха по итогам 9 месяцев 2007г. 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 - 2007 гг., тыс. чел.

Диаграмма 14. Динамика прибывших в Санкт-Петербург иностранных граждан с целью туризма в 2000-2007 гг., млн. чел.

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

Диаграмма 16. Динамика выездного потока из России в 2004 – 2007 гг., тыс. чел.



Диаграмма 17. Темпы прироста российских граждан, выехавших за рубеж в 2004 – 2007 гг. с целью туризма, в % к предыдущему году

Диаграмма 18. Цель поездки российских граждан за рубеж в первом полугодии 2007г. %

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

Диаграмма 19А Доля некоторых стран в туристическом выездном потоке из России в 2007гг., (тыс.прибытий)

Диаграмма 20. Темпы прироста выезда российских туристов по некоторым странам в 2007 г., в % к предыдущему году

Диаграмма 21. Структура спроса по итогам 9 месяцев 2007 г., %

Диаграмма 22. Структура спроса по итогам зимнего сезона 2006/2007 г., %

Диаграмма 23. Структура спроса на направления горнолыжного туризма по итогам зимнего сезона 2006/2007 г., %

Диаграмма 24. Финансовые обороты 10 крупнейших туроператоров россии по итогам 2006 года.

Диаграмма 25. Темпы роста 10 крупнейших туроператоров россии по итогам 2006 года.

Диаграмма 26. Финансовый оборот крупнейших компаний, работающих на рынке въездного туризма, в 2005 - 2006 гг., млн. \$

Диаграмма 27. Динамика турпотока крупнейших компаний, работающих на рынке въездного туризма, в 2005- 2006 гг., тыс. чел.

Диаграмма 28. Финансовый оборот крупнейших компаний на рынке выездного туризма в 2005-2006гг., \$млн.

Диаграмма 29. Соотношение по половому признаку российских туристов, путешествующих по России, странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 30. Уровень образования российских туристов, путешествующих по России, странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 31. Факторы, определяющие отдых в России, %

Диаграмма 32. Предпочтения туристов, отдыхающих в России и за границей, в отношении выбора спутника,%

Диаграмма 33. Предпочтения отдыхающих в России в способе организации отдыха, %



Диаграмма 34. Предпочтения отдыхающих за границей в способе организации отдыха, %

Диаграмма 35. Отношение российских туристов к покупке туристической путевки в кредит, %

Диаграмма 36. Предпочтения отдыхающих в России в отношении пользования услугами гостиниц, %

Диаграмма 37. Предпочтения отдыхающих за границей в выборе класса гостиницы, %

Диаграмма 38. Частота поездок по России и за границу в течение трех летних месяцев, %

Диаграмма 39. Степень удовлетворенности россиян отдыхом в сезон лето-2005, %

Диаграмма 40. Предпочитаемая продолжительность поездки за границу, %

Диаграмма 41. Затраты на отдых туристов, отдыхающих за границей, %

Диаграмма 42. Затраты на отдых туристов, отдыхающих за границей, %

Диаграмма 43. Направления предполагаемых поездок российских граждан за рубеж в ближайшие три года, %

Диаграмма 44. 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)

Таблица 7. Развитие туризма и путешествий в России, оценки и прогнозы Всемирного совета по туризму и путешествиям, %

Таблица 8. Результаты опроса 115 компаний из 24 регионов Российской Федерации по ситуации на рынке въездного туризма

Таблица 9. Численность российских граждан, выехавших за границу в I полугодии 2007 г. (с целью туризма, чел)

Таблица 10. Рейтинг крупнейших турфирм России по результатам работы за 2006 год

Таблица 11. Крупнейшие московские туроператоры и их специализация

Таблица 12. Страны, в которые возможен въезд без виз или покупка визы в аэропорту

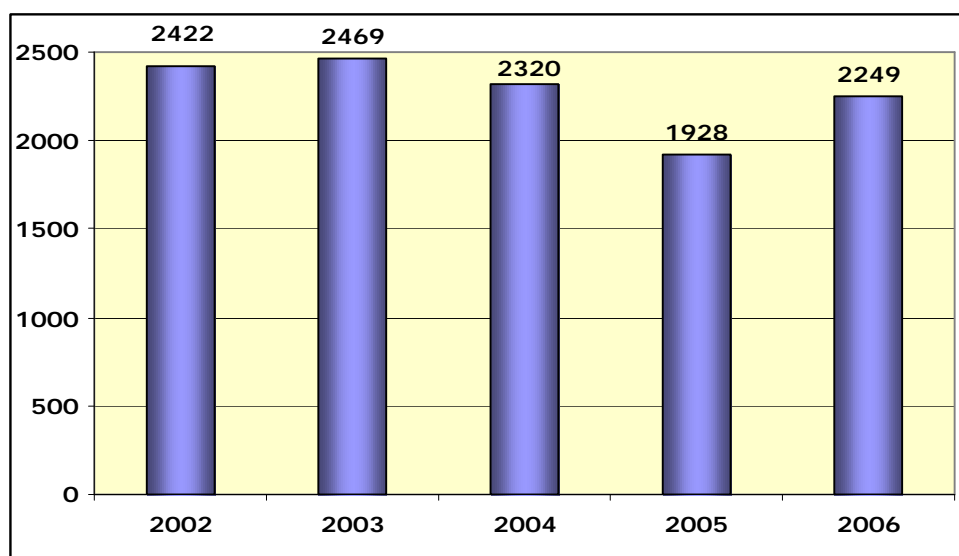
Таблица 13. Страны, в которых можно получить визу в аэропорту

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Туризм является одним из наиболее перспективных секторов экономики, вызывающих доверие со стороны инвесторов. Туристический рынок привлекает российских предпринимателей небольшими стартовыми инвестициями, быстрым сроком их окупаемости, стабильным спросом на услуги туризма, высоким уровнем рентабельности произведенных затрат.

Количество поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию за 9 месяцев 2007 год составило 17,3 млн., что примерно соответствует аналогичному периоду 2006 года. Это позволяет говорить о том, что негативная тенденция снижения числа посещений нашей страны гражданами иностранных государств, проявившаяся за аналогичный период прошлого года преодолена, и въездной туристический поток практически восстановлен.

ДИАГРАММА 1. ДИНАМИКА ВЪЕЗДНОГО ПОТОКА В 2002 – 2007гг., тыс. чел.

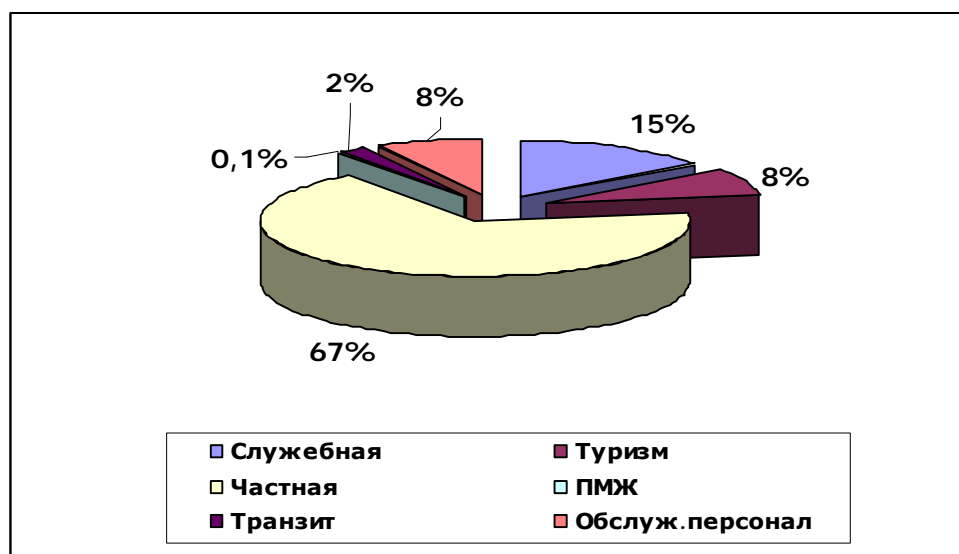


Источник: Федеральное агентство по туризму РФ

Судя по данным Федерального агентства по туризму РФ, намечается тенденция к увеличению въездного потока в РФ. В 2002-2003гг въездной поток оставался практически стабильным, с 2004 года он начал уменьшаться, достигнув 19276 тыс. человек. Но в 2006 году наблюдается увеличение числа туристов, въезжающих в Россию. В 2007г. турпоток немного уменьшился, но в целом остался на том же уровне, что и в 2006г. Это связано с ростом цен в РФ (рост курса рубля по отношению к доллару) для «долларовых» туристов, но в то же время это

привлекает туристов из Европейской зоны. Действительно, судя по официальным данным Ростуризма за 9 месяцев 2007, поток туристов из основных «долларовых» стран — США, Японии и Кореи — в Россию снизился в среднем более чем на 20%. Правда, при этом отмечен всплеск интереса к России со стороны Германии, Италии, Франции, Испании, Великобритании, Швеции, Австрии и даже Австралии.

ДИАГРАММА 2. Въезд иностранных граждан в РФ по целям поездок.

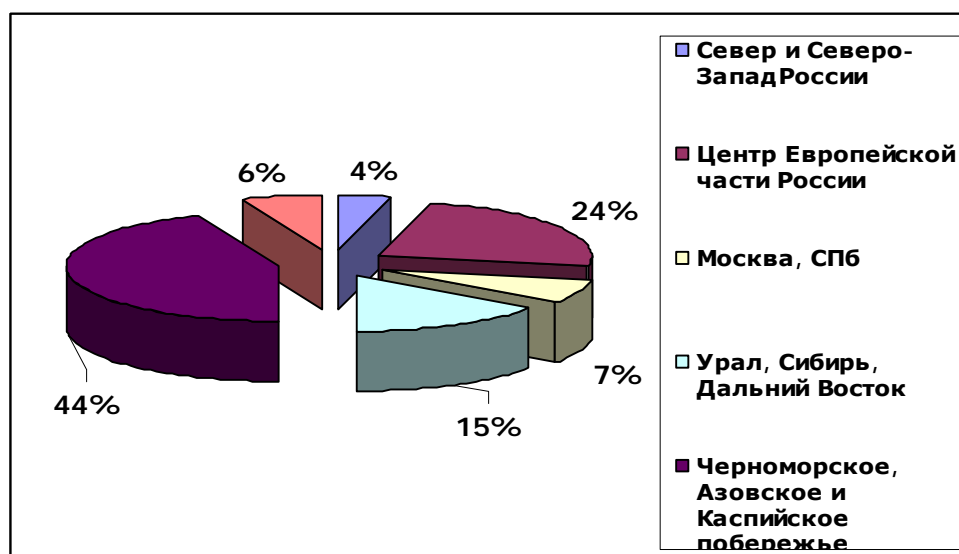


Источник: Федеральное агентство по туризму РФ.

Из диаграммы следует, что 67% иностранных граждан приезжают в Россию с частными, личными целями, далее лидирует деловой туризм, что объясняется ростом роли России в мировом бизнесе, а также стремительным развитием российского рынка. С целью туризма в Россию въезжают лишь 7,8%.

Набор экскурсионных маршрутов на протяжении многих лет остается достаточно стабильным, и в каждой области имеется по несколько самых популярных тематических маршрутов, специально ради которых туристы и приезжают в Россию.

ДИАГРАММА 3. РЕЙТИНГ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНОВ РФ ДЛЯ ВНУТРЕННИХ ТУРИСТОВ В 2005 ГОДУ.



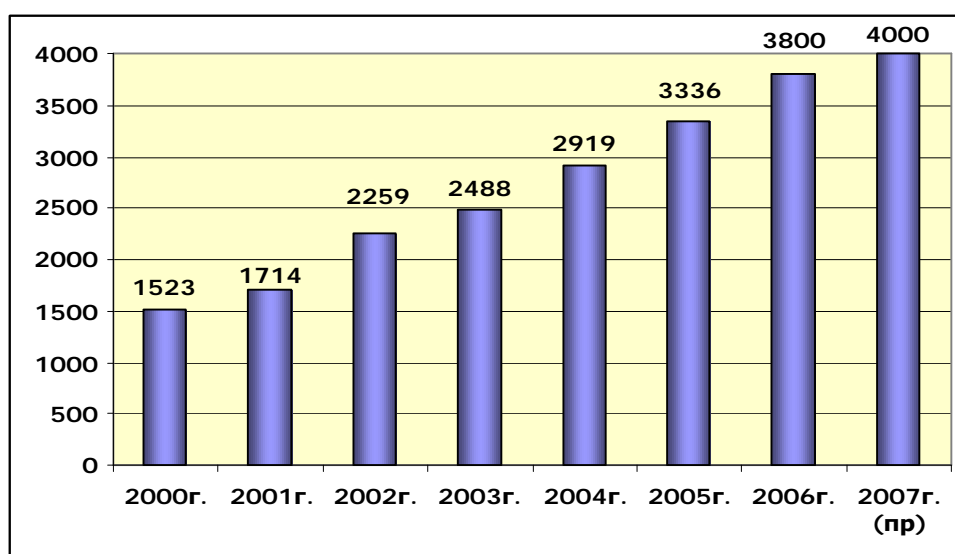
Из общего числа внутренних туристов 45% выбирали пляжный отдых, а 40% - познавательный туризм. Большие надежды в этой связи возлагает на развитие Сочи в преддверии Олимпийских игр-2014. Согласно прогнозу, с введением в строй туристических объектов Сочи ежегодно сможет принимать 1,5 млн внутренних туристов. Дальнейшее развитие ожидается и на других морских курортах юга России: в Анапе, Геленджике и других местах. Кроме того, предполагается активнее развивать в стране и горнолыжный туризм. На сегодняшний день горнолыжные центры функционируют в 33 субъектах России, их число с каждым годом растет. Поток россиян на маршрутах Золотого кольца растет. По коротким турам и поездкам на выходные за 9 месяцев этого года показатель стал выше на 72%. Наблюдается рост и по пребыванию в пансионатах и домах отдыха - более 17%.

Наиболее привлекательным для 44% туристов являются побережья Черноморское, Азовское и Каспийское. 24% приезжают в центральную европейскую часть России. На Урал, Дальний Восток и в Сибирь приехало около 15%. На долю двух столиц приходится всего лишь 7%, около 6% туристов отдыхали на Северном Кавказе.

РЫНОК ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА МОСКВЫ

В 2007 году Москву посетило более 4 млн. иностранных туристов, что на 7,5% больше, чем в 2006 году. Как передает ИТАР-ТАСС, по количеству гостей из стран дальнего зарубежья, посетивших столицу РФ, в первую тройку входят Германия (296,5 тыс. человек), США (157,7 тыс.) и Китай (146,8 тыс.). Далее следуют Великобритания, Франция, Турция, Италия, Израиль, Япония и Испания.

ДИАГРАММА 4. ДИНАМИКА ПРИБЫВШИХ В МОСКВУ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН С ЦЕЛЬЮ ТУРИЗМА В 2000 - 2007 ГГ., ТЫС. ЧЕЛ.



Источник: Пограничная служба ФСБ РФ

Наибольшее число туристов дальнего зарубежья, посетивших Москву в 2007 году, составляют граждане Германии, США, Китая, Великобритании и Франции.

Поток туристов в Москву в 2007г. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года вырос на 15%. По данным Комитета по туризму в I полугодии 2007г. только через московские аэропорты прошли 1 млн 637 тыс. иностранных туристов, в то время как в I полугодии 2006г. - 1 млн 427 тыс. туристов. Например, в 2004 г. иностранные туристы потратили в Москве не менее \$1 млрд., половина из которого досталась гостиницам и отелям. Бюджет Москвы на 7 - 15% формируется за счет туризма. По данным экспертов рынка, в среднем иностранный турист останавливается в Москве на пять дней и тратит за это время



порядка \$1000, половина из которых приходится на проживание в гостинице, а остальное — на питание, транспорт и экскурсии. Согласно программе развития туризма в Москве через 6 лет столицу должны посещать 5 млн. туристов ежегодно. Эксперты и участники рынка, напротив, прогнозируют спад столичного туризма. Согласно принятой три года назад генеральной схеме размещения гостиниц до 2010 года в городе планировалось возвести 353 новых отеля (сейчас в Москве функционируют 203 отеля) и увеличить количество мест в 2,5–3 раза. В 2007 году введено в эксплуатацию 15 гостиниц на 570 мест, еще 7 объектов должны быть сданы в 4-м квартале. Ежегодно увеличиваясь на 30%, средняя стоимость проживания в гостиницах Москвы уже составила 190 евро, выйдя на уровень Лондона и Парижа (200 и 210 евро соответственно). Причем Москва в данном случае проигрывает зарубежным гостиницам в отношении цена – качество. Количество отелей в Париже - 1,5 тыс., в Лондоне - 1,7 тыс. На начало 2007 года в Москве было только 203 отеля (68 тыс. гостиничных мест). В этом году запланирован ввод 15 гостиниц. Всего же по программе развития туризма до конца 2010 года должно быть построено 353 гостиницы. В этом случае в Москве будет 554 гостиницы на 186 тысяч мест.

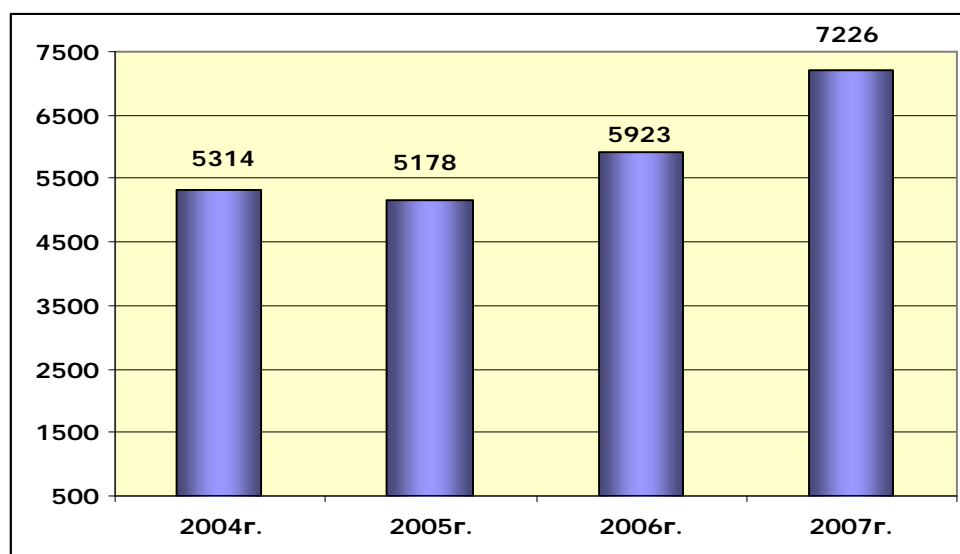
РЫНОК ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА

ОБЪЕМ РЫНКА

По данным Федерального агентства РФ по туризму общее число выездов граждан России за 9 месяцев 2007 года составило 26, 3 млн., что превышает аналогичный период 2006 года на 18%. Наблюдается рост зарубежных поездок россиян с целью отдыха на 22% и в то же время снижение выездного потока со служебными целями, который составил 88% от величины аналогичного периода предыдущего года (за 9 месяцев 2006 г. из России с целью туризма выехало 5 923 290 российских граждан).

Оборот рынка выездного туризма в России в 2005 году можно оценить приблизительно в \$2,5 млрд., но надо учитывать, что большая часть средств остается за рубежом. В 2006 году объем выездного рынка составил \$2,9млрд.

ДИАГРАММА 5. ДИНАМИКА ВЫЕЗДНОГО ПОТОКА ИЗ РОССИИ В 2004 – 2007 ГГ., ТЫС. ЧЕЛ.



Источник: Федеральное агентство по туризму РФ.

ЕМКОСТЬ РЫНКА

По оценкам различных специалистов емкость российского рынка выездного туризма составляет \$1-2,5 млрд. в год. Такие расхождения обусловлены сложностью получения объективной информации. Аналитики журнала «Турбизнес» оценивают российский рынок в 3% от общемирового.

ТЕМПЫ РОСТА

По данным Росстата рост потока российских туристов за рубеж в 2005 году составил 3,5%. Для сравнения: выездной поток из России в 2004 году увеличился на 15,5% по сравнению с аналогичным периодом 2003 года. В 2006 году темп прироста составляет 14,38%. В 2007г. – 22%.

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

ОБЪЕМ РЫНКА

В 2007 году Россия обладает уникальными возможностями для развития внутреннего туризма, заявил начальник Управления развития внутреннего туризма и государственных туристических проектов Ростуризма Геннадий Пилипенко. "Если в 2006 году внутренний туризм составил порядка 26 млн человек, то в 2007 - 28 млн человек".

По данным федерального агентства по туризму, число внутренних туристов в России за 2006 г. оценивается в 27 млн. человек. На долю внутреннего туризма приходится \$14,75 млрд. общего оборота туротрасли (\$29,5).

ТЕМПЫ РОСТА

Российский внутренний турпоток ежегодно увеличивается на 20%, соответственно, растет и привлекательность турбизнеса. По оценкам экспертов, популярность отдыха в пределах России в 2007 году возросла и составила около 28 млн человек.

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ИГРОКАМИ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Согласно мнению отраслевых агентств, сегодня в российском туристическом бизнесе просматриваются две важнейшие тенденции: с одной стороны, **рынок испытывает процесс консолидации**, с другой – все более и более отчетливо проявляется **тенденция к диверсификации туристического рынка**. 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.

Региональная сеть обеспечивает изрядную долю в объемах продаж столичных операторов. **Стремление охватить региональные рынки** также свидетельствует, что многие крупные компании из московских становятся



российскими или международными. В будущем все более заметной будет становиться консолидация региональных и московских компаний, прежде всего за счет пакетных предложений.

Наметилась **тенденция к формированию чартерных пулов**. Когда несколько ведущих туроператоров, работающих по одному направлению, объединяются и создают консолидированную программу перевозки туристов, что помогает избежать заказа лишних бортов, провоцирующего демпинг, и стабилизирует ситуацию на данном направлении.

Все большее число компаний отказываются от узкой специализации на нескольких странах в пользу более широкого спектра предлагаемых туристам направлений. Диверсификация началась несколько лет назад, когда взлет курса евро привел к заметному подорожанию европейских туров и резкому падению спроса на них. Большинство игроков стремятся расширить поле своей деятельности, в первую очередь, за счет наиболее востребованных и прибыльных маршрутов. Ведущие туроператоры, занимающие лидирующие позиции в той или иной стране массового отдыха россиян, уже приступили к освоению оставшихся направлений.

Сегодня количество независимых туристических агентств сокращается, **увеличивается доля турагентских сетей**.

Многие крупные операторы применяют франчайзинговые схемы работы, а также продают продукты разнопрофильных операторов. Так, например, продукт компании UTE-Megarolus можно купить в агентствах VKO-Club и наоборот. Еще одним примером новых взаимоотношений операторов с агентствами является практика, когда на клиентские звонки агентство отвечает, представляясь от имени двух брендов - своего и бренда оператора.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.