

Название отчета	КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step	
Дата выхода отчета	29.10.2012	
Количество страниц	152 стр.	
Язык отчета	русский	
Стоимость (руб.)	30 400 руб.	
<p>Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4</p>	<p>Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке штор</p> <p>Задачи исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Описание макроэкономической ситуации на Рынке • Выделение основных сегментов Рынка • Определение основных количественных характеристик Рынка • Описание структуры Рынка • Выявление основных игроков на Рынке • Выявление основных факторов, влияющих на Рынок • Выявление основных тенденций Рынка • Описание потребителей на Рынке <p>Выдержки из исследования:</p> <p>в 2011 году поток туристов, отправляющихся за рубеж, составил млн. чел., что на ...% больше показателей 2010 года. К 2020 году количество туристов составит млрд. чел., в 2030 году – млрд. чел.</p> <p>В 2012 году планируется, что турпоток увеличится на% по сравнению с 2011 годом. Ожидается, что в течение года число международных туристских прибытий в целом впервые достигнет</p> <p>По итогам 2011 г. в число крупнейших туристических фирм по числу обслуженных клиентов вошли компании как:</p> <ul style="list-style-type: none"> • • • • <p>В 2011 году стоимость одного турпакета по российским туроператорам варьировалась в диапазоне от руб./чел. до..... руб./чел. Средняя стоимость одного турпакета составила руб./чел.</p> <p>В 2011 году крупнейшими турагентами реализован турпродукт на сумму млн. руб., что составило% от выручки туроператоров.</p> <p>В структуре онлайн торговли на долю авиабилетов приходится ...% продаж, отелей - ...%, железнодорожного транспорта - ...%, доля пакетных туров составляет%.</p> <p>Россия составляет ...% от Восточно-Европейского туристического рынка.</p>	
<p>Подробное оглавление/содержание отчета</p>	<p>1 Введение</p> <p>2 Список используемых терминов</p> <p>3 Методологическая часть</p> <p>3.1 <i>Описание типа исследования</i></p> <p>3.2 <i>Объект исследования</i></p> <p>3.3 <i>Цели и задачи исследования</i></p> <p>3.4 <i>География исследования</i></p> <p>3.5 <i>Время проведения исследования</i></p> <p>3.6 <i>Методы сбора данных</i></p> <p>4 Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок</p> <p>4.1 <i>Общеэкономическая ситуация в России</i></p> <p>4.1.1 Валовой внутренний продукт</p> <p>4.1.2 Промышленное производство</p>	<p>4</p> <p>5</p> <p>9</p> <p>9</p> <p>9</p> <p>9</p> <p>9</p> <p>10</p> <p>11</p> <p>11</p> <p>15</p>

	4.1.3	Уровень инфляции	15
	4.1.4	Уровень доходов населения	16
	4.1.5	Инвестиции	19
	4.1.6	Розничная торговля	20
	4.1.7	Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка	22
5		Описание отрасли	23
	5.1	<i>Мировой туристический рынок</i>	23
	5.1.1	Основные показатели отрасли	23
	5.1.2	Динамика оборота международного туризма	26
	5.1.3	Региональная структура	26
	5.2	<i>Российский туристический рынок</i>	29
	5.2.1	Основные показатели отрасли	29
	5.2.2	Структура отрасли	33
	5.2.3	Конкурентный анализ	33
	5.2.4	Анализ потребителей туристических услуг	48
	5.2.5	Государственная поддержка туризма	53
	5.2.6	Резюме	65
	5.3	<i>Российский рынок развлекательного туризма</i>	67
	5.3.1	Структура отрасли	67
	5.3.2	Основные показатели отрасли	70
	5.3.3	Описание влияющих рынков	71
	5.3.4	Сегментация рынка	100
	5.3.5	Влияние сезонности на Рынок	103
	5.3.6	Сбытовая структура Рынка	104
	5.3.7	Конкурентный анализ	110
	5.3.8	Анализ потребителей	137
6		Обобщающие выводы по отчету	146
	6.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	146
	6.1.1	Благоприятствующие факторы	146
	6.1.2	Сдерживающие факторы рынка	147
	6.2	<i>Текущая ситуация и перспективы развития рынка</i>	149
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Динамика изменений объемов ВВП, 2002-2012 гг. (прогноз), млрд. RUR</p> <p>Диаграмма 2. Динамика цепных темпов прироста ВВП за 2002 -2012гг., %</p> <p>Диаграмма 3. Динамика темпов прироста ВВП в ценах 2002 года по базису 2002 года за 2002 -2012гг., %</p> <p>Диаграмма 4. Индексы физического объема ВВП (в процентах к соответствующему кварталу предыдущего года), 2010 - 2 квартал 2012 гг.</p> <p>Диаграмма 5. Индекс промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2011 – первый квартал 2012 гг.</p> <p>Диаграмма 6. Уровень инфляции 2003-2012 (прогноз) гг., %</p> <p>Диаграмма 7. Среднемесячная заработная плата за 2011 – 8 мес. 2012 года, тыс. RUR.</p> <p>Диаграмма 8. Динамика темпов прироста среднемесячной заработной платы за 8 мес. 2012 года к аналогичному периоду 2011 года, %</p> <p>Диаграмма 9. Динамика физического объема инвестиций в основной капитал, в 2012 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года</p> <p>Диаграмма 10. Оборот розничной торговли за 2011 год - 8 мес. 2012 года, млрд. RUR</p> <p>Диаграмма 11. Динамика темпов прироста среднего оборота розничной торговли</p>		

	<p>за 8 мес. 2012 года</p> <p>Диаграмма 12. Динамика объема российского рынка туристических услуг в 2007-2011 гг., млрд. руб.</p> <p>Диаграмма 13. Структура реестра туристических операторов в зависимости от цели деятельности в 2011 году, %</p> <p>Диаграмма 14. Распределение ответов респондентов на вопрос «Где вы планируете провести свой очередной отпуск?» в 2006 и 2012 г., %</p> <p>Диаграмма 15. Распределение ответов респондентов на вопрос «Если вы планируете провести свой отпуск в странах ближнего зарубежья (в республиках бывшего СССР), то уточните, пожалуйста, где именно?», в 2006 г. и 2012 г., %</p> <p>Диаграмма 16. Распределение ответов респондентов на вопрос «Если вы планируете провести свой отпуск в странах дальнего зарубежья, то уточните, пожалуйста, где именно?», в 2012г., %</p> <p>Диаграмма 17. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какая сумма предусмотрена в Вашем семейном бюджете на отпуск в этом году?» в апреле 2012 г., %</p> <p>Диаграмма 18. Структура рынка online travel, %, 2011 г.</p> <p>Диаграмма 19. Долевое распределение сегментов рынка online travel, %, 2011г.</p> <p>Диаграмма 20. Долевое распределение рынка online travel по способу оплаты, %, 2011г.</p> <p>Диаграмма 21. Динамика загрузки гостиниц Москвы в 2007-2012*гг.</p> <p>Диаграмма 22. Структура номерного фонда московского рынка гостиничных услуг в 2011 г., %</p> <p>Диаграмма 23. Структура номерного фонда московского рынка гостиничных услуг в 2011 г. по территориальному признаку, %</p> <p>Диаграмма 24. Средний уровень загрузки гостиниц Санкт-Петербурга в период январь-июнь в 2009-2012 гг.</p> <p>Диаграмма 25. Динамика объема российского рынка общественного питания в 2007-2011 гг., млрд. RUR.</p> <p>Диаграмма 26. Распределение оборота рынка общественного питания по кварталам в 2007-2011 гг., млрд. RUR.</p> <p>Диаграмма 27. Средние цены на обед в ресторане в дневное время, на 1 человека по Российской Федерации в 2011- августе 2012 гг., RUR.</p> <p>Диаграмма 28. Средние цены на обед в столовой организации на 1 человека по Российской Федерации в январе – августе 2011-2012 гг., RUR.</p> <p>Диаграмма 29. Средние цены на обед в столовой, кафе, закусочной (кроме столовых в организациях), на 1 человека по Российской Федерации в январе – августе 2011-2012 гг., RUR.</p> <p>Диаграмма 30. Структура рынка общественного питания по форматам в 2011 г.</p> <p>Диаграмма 31. Объем российского рынка пассажирских авиаперевозок в 2007-2011 гг., млрд. пасс/км</p> <p>Диаграмма 32. Объем российского рынка пассажирских авиаперевозок в 2007-2011 гг., млн. чел.</p> <p>Диаграмма 33. Средняя дистанция перевозки пассажиров в 2007-2011 гг., тыс. км.</p> <p>Диаграмма 34. Структура численности перевезенных пассажиров по кварталам (2011 г.)</p> <p>Диаграмма 35. Доли авиакомпаний в общем пассажирообороте, %</p> <p>Диаграмма 36. Доли авиакомпаний в общем количестве перевезенных пассажиров в 2011 г., %</p> <p>Диаграмма 37. Средние цены на полет в салоне экономического класса самолета в расчете на 1000 км пути за январь - август 2011-2012 гг.</p> <p>Диаграмма 38. Структура средств размещения, %</p> <p>Диаграмма 39. Опрос. На каких условиях будут работать агентства с туроператорами, %</p> <p>Диаграмма 40. Критерии отбора туроператора агентствами, %</p> <p>Диаграмма 41. Наличие в ассортименте компании туров по России, %</p> <p>Диаграмма 42. Критерии выбора турфирмы, %</p> <p>Диаграмма 43. Недостатки отечественных турфирм, %</p> <p>Диаграмма 44. Причины отказа от покупки путевки в турагентстве, %</p> <p>Диаграмма 45. Долевое распределение запросов по параметру «отдых», июль 2012 г., %</p> <p>Таблица 1. Коэффициент приведения уровня инфляции для расчета темпов прироста среднемесячной заработной платы</p>
--	---

	<p>Таблица 2. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на рынок развлекательного туризма</p> <p>Таблица 3. Количество международных туристических прибытий по регионам в 2009-2011 гг., прогноз 2020, 2030 млн. чел.</p> <p>Таблица 4. Динамика международных туристических прибытий по регионам в 2009-2011 гг., прогноз 2020, 2030, %</p> <p>Таблица 5. Количество международных туристических прибытий по странам в 2010-2011 гг., млн. чел.</p> <p>Таблица 6. Оборот от международного туризма по регионам в 2010-2011 гг., млрд. USD.</p> <p>Таблица 7. Международные расходы на туризм по странам в 2008-2011 гг., млрд. долл.</p> <p>Таблица 8. Международные расходы на туризм по странам лидерам на душу населения в 2011 году, USD.</p> <p>Таблица 9. Анализ соотношений объема расходов на туризм в России и объемов российского рынка туристических услуг в 2008-2011 гг.</p> <p>Таблица 10. Основные показатели российского рынка туризма и его сегментов в 2010 г., млрд. RUR</p> <p>Таблица 11. Динамика объема и структуры рынка въездного туризма России в 2007 г. - 1 полугодии 2012 г., тыс. поездок</p> <p>Таблица 12. Динамика объема и структуры рынка выездного туризма России в 2008 г. - 1 полугодии 2012 г., тыс. поездок</p> <p>Таблица 13. Количество компаний в зависимости от размера финансового обеспечения и их доли по количеству в структуре игроков российского рынка туристических услуг (на 01.09.2012)</p> <p>Таблица 14. Крупнейшие туроператоры России по выручке в 2011 г., млрд. RUR</p> <p>Таблица 15. Крупнейшие туроператоры России по количеству обслуженных клиентов в 2011 г., тыс. чел.</p> <p>Таблица 16. Стоимость турпакета у российских туроператоров в 2011 году, RUR / чел.</p> <p>Таблица 17. Динамика выручки крупнейших турагентств России за 2010 -2011 гг., млрд. RUR</p> <p>Таблица 18. Динамика выручки крупнейших турагентств России за 2010 -2011 гг., тыс. чел.</p> <p>Таблица 19. Динамика средней стоимости турпакета крупнейших турагентств России за 2010 -2011 гг., RUR/чел.</p> <p>Таблица 20. Динамика количества территориально обособленных подразделений, крупнейших турагентств России за 2010 -2011 гг.</p> <p>Таблица 21. Динамика выручки на одно территориально обособленное подразделение крупнейших турагентств в 2010-2011 гг., тыс. RUR</p> <p>Таблица 22. Динамика количества клиентов на один пункт приема заказов крупнейших турагентств в 2010-2011 гг.</p> <p>Таблица 23. Целевые индикаторы Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы"</p> <p>Таблица 24. Бюджетные назначения Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы"</p> <p>Таблица 25. Федеральный бюджет Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы" на год</p> <p>Таблица 26. Бюджеты субъектов РФ Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы" на год</p> <p>Таблица 27. Внебюджетные источники Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы" на год</p> <p>Таблица 28. Анализ программных мероприятий в сфере туризма</p> <p>Таблица 29. Исходные и расчетные данные по объему развлекательного туризма в 2011 году</p> <p>Таблица 30. Численность гостиниц и организаций гостиничного типа в России в 2007-2011 гг., ед.</p> <p>Таблица 31. Открытие новых гостиниц под управлением международных сетей в региональных городах в 2011 г.</p> <p>Таблица 32. Основные характеристики московского рынка гостиничных услуг в 2010-2011 гг.</p> <p>Таблица 33. Диапазоны стоимости стандартного номера в гостиницах Санкт-</p>
--	--

	Петербурга в Полугодии 2012 г., RUR/сутки Таблица 34. Структура номерного фонда рынка гостиничных услуг Санкт-Петербурга в Полугодии 2012 г. Таблица 35. Структура оборота российского рынка общественного питания по регионам в 2011 г., млрд. RUR Таблица 36. Количество и структура предприятий общественного питания (на 1 января 2011г.). Таблица 37. Сведения о финансовом обеспечении фирм работающих под товарным знаком Pegas Touristik, млн. руб. Таблица 38. Сравнительная характеристика основных игроков рынка. Таблица 39. Рейтинг крупнейших сетевых агентств, 2010-2011 гг. Таблица 40. Рейтинг крупнейших туроператоров, 2010-2011 гг. Таблица 41. Рейтинг крупнейших туроператоров, занимающихся внутренним туризмом, 2010-2011 гг. Таблица 42. Долевое распределение интернет-запросов, ТОП-10 стран, август 2012 г., % Таблица 43. Долевое распределение результатов запроса по параметру «Горящие туры», август 2012г., % Таблица 44. STEP-анализ рынка туризма (благоприятствующие факторы) Таблица 45. STEP-анализ рынка туризма (сдерживающие факторы) Таблица 46. STEP-анализ рынка выездного туризма (сдерживающие факторы) Таблица 47. STEP-анализ рынка внутреннего туризма (сдерживающие факторы) Схема 1. Структура рынка развлекательного туризма Схема 2. Пакет услуг рынка развлекательного туризма Схема 3. Модель рынка развлекательного туризма Схема 4. Структура компании TUI
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_PP_PT_2012.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

Маркетинговое Агентство Step by Step объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

Маркетинговое Агентство Step by Step – член Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.