

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РЫНОК ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИЙ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
март 2006 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**

ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ

Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Задачи исследования	4
Методология исследования:	4
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	7
Список таблиц	8
Выдержки из исследования.....	9
Определение и сегментирование Услуг по основным наименованиям.....	9
ITE	11

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Анализ рынка помещений для проведения конференций и/или семинаров в Москве и Московской области.

Описание исследования

Объектом исследования являются помещения для проведения конференций и/или семинаров.

Предметом исследования являются качественные и количественные характеристики рынка помещений для проведения конференций.

В исследовании обозначен объем различных сегментов рынка конференц - залов в Москве, описаны рынки выставок и семинаров, количество конференц – залов, предоставляемых разного уровня организациями, сегментация помещений, требования, предъявляемые к конференц – залам.

В отчете описаны смежные и влияющие рынки гостиничного бизнеса, коммерческой недвижимости.

Результаты данного исследования будут **представлять интерес для:**

- Организаторов конференций;
- Представителей гостиничного сектора Москвы;
- Компаний, занимающихся строительством гостиниц и бизнес-центров;
- инвесторов, желающих:
 1. заниматься организацией конференций;
 2. создать организацию, занимающуюся оказанием комплексных услуг по организации бизнес-мероприятий;
 3. компаний, занимающихся организацией делового и конгрессного туризма
 4. туристическим компаниям;
 5. консалтинговым, маркетинговым и рекламным агентствам.

Задачи исследования

- Получить информацию по общей ситуации на рынке
- Составить классификацию мероприятий и требования к помещению для каждого типа мероприятия,
- Составить перечень требований к помещению
- Выделить основные тенденции развития рынка

Методология исследования:

Кабинетное исследование,
Мониторинг сайтов

Кол-во страниц: 75 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 13 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

Краткий обзор общей экономической ситуации в стране

Показатели роста ВВП

Уровень инфляции

Международные валютные резервы

Описание отрасли

Описание влияющих Рынков

Рынок коммерческой недвижимости

Рынок гостиничного бизнеса

Рынок семинаров

Описание смежных Рынков

Рынок услуг по организации конференций

Ценообразование

Структура рынка по организации бизнес-конференций

Рынок делового туризма

Рынок выставок

Сегментация и структура Рынка по основным видам Услуг

Определение и сегментирование Услуг по основным наименованиям

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

Влияние сезонности на Рынок

Основные принципы ценообразования на Рынке

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Услуг

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

ITE

BBPG

«Ведомости»

Adam Smith Conferences

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

Сегментация потребителей

Требования к помещениям для проведения конференций

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Трудности рынка

Инвестиционная привлекательность Рынка

Общие тенденции Рынка

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции на конкурентном поле

тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение

СПИСОК ДИАГРАММ

ДИАГРАММА 1. РОСТ ВВП, В % К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ

ДИАГРАММА 2. ДИНАМИКА УРОВНЯ ИНФЛЯЦИИ В РОССИИ, В %

ДИАГРАММА 3. СТРУКТУРА РЫНКА ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА (В %).

ДИАГРАММА 4. ВЫСТАВКИ, ПРИНЯТЫЕ В UFI ПО ВЫСТАВОЧНЫМ КОМПАНИЯМ.

ДИАГРАММА 5. СТРУКТУРА ВЫСТАВОЧНОГО РЫНКА МОСКВЫ (В%)

ДИАГРАММА 6. ВЫСТАВОЧНЫЙ РЫНОК В РОССИИ (В %).

ДИАГРАММА 7. ТЕМАТИКА ПРОВОДИМЫХ ВЫСТАВОК (НА НАЧАЛО 2004 ГОДА, В %).

ДИАГРАММА 8. ДОЛИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ УСЛУГ НА РЫНКЕ В % ВЫРАЖЕНИИ

ДИАГРАММА 9. КОЛИЧЕСТВО КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В ГОСТИНИЦАХ (В ШТ., %)

ДИАГРАММА 10. КОЛИЧЕСТВО КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ (В ШТ., %)

ДИАГРАММА 11. КОЛИЧЕСТВО КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В ГОСТИНИЦАХ И ПАНСИОНАТАХ РАЗЛИЧНОГО УРОВНЯ (В ШТ, %)

ДИАГРАММА 12. КОНЦЕНТРАЦИЯ КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЪЕКТАХ.

ДИАГРАММА 13. ЗАКАЗЧИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ.

СПИСОК ТАБЛИЦ

ТАБЛИЦА 1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ 2005 ГГ.

ТАБЛИЦА 2. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ 1 КВАРТАЛ 2005 Г., %

ТАБЛИЦА 3. СРЕДНИЕ СТАВКИ АРЕНДЫ И ПРОДАЖИ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

ТАБЛИЦА 4. ОБЪЕКТЫ, ВВЕДЕННЫЕ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ К НАЧАЛУ 2006 ГОДА

ТАБЛИЦА 5. ГОСТИНИЧНЫЕ ОБЪЕКТЫ, ВВЕДЕННЫЕ В 3 КВАРТАЛЕ 2005 ГОДА

ТАБЛИЦА 6. ДОЛИ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ

ТАБЛИЦА 7. КОЛИЧЕСТВО КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В ГОСТИНИЦАХ РАЗЛИЧНОГО УРОВНЯ.

ТАБЛИЦА 8. КОЛИЧЕСТВО КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ (В %).

ТАБЛИЦА 9. КОЛИЧЕСТВО КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В ЗАГОРОДНЫХ ПАНСИОНАТАХ.

ТАБЛИЦА 10. ОБЪЕМЫ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

ТАБЛИЦА 11. СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ АРЕНДЫ КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ (МОСКВА, У.Е/ЧАС) В ЗАВИСИМОСТИ ОТ КАТЕГОРИИ И ВМЕСТИМОСТИ

ТАБЛИЦА 12. ОБЪЕКТЫ РЫНКА ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИЙ.

ТАБЛИЦА 13. ХАРАКТЕРИСТИКИ ГОСТИНИЦ КАК ОБЪЕКТОВ РЫНКА ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИЙ

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТИРОВАНИЕ Услуг ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Конференц-зал - нежилое помещение, предназначенное для проведения публичных мероприятий, а также для показа, прослушивания и просмотра аудио-, видеопродукции, предоставляемое вместе с хозяйственным инвентарем, необходимым для использования по целевому назначению.

Помещения для проведения конференций можно классифицировать по некоторым параметрам:

1. По месторасположению:
 - В гостинице/пансионате;
 - В бизнес-центре.
2. По вместимости площади:
 - От 1000 человек и выше;
 - От 100 и выше;
 - 5-100 человек.
3. По наличию дополнительного оборудования:
 - Высокая оснащенность;
 - Средняя оснащенность;
 - Низкая оснащенность.

На основе проведенного нами мониторинга (объекты мониторинга см. приложение) были определены доли участников.

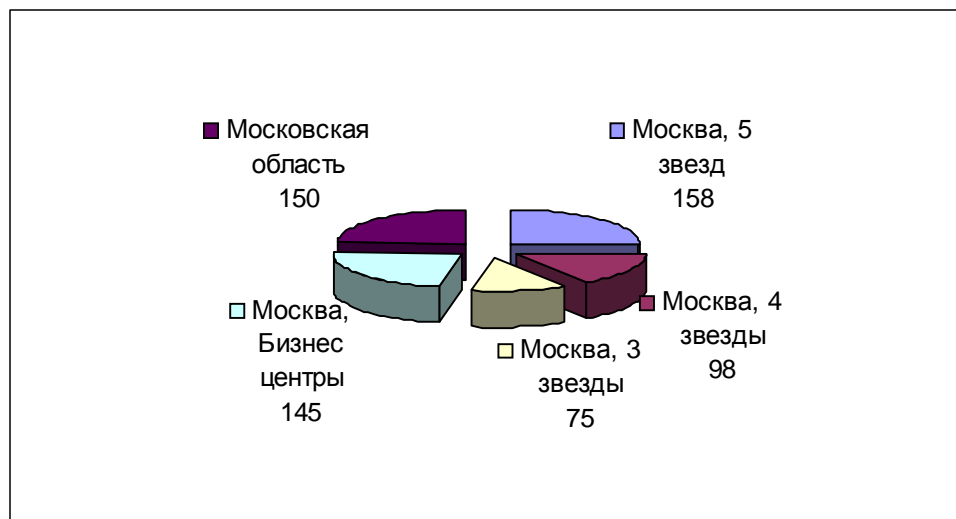
Итак, для проведения бизнес-конференций помещения могут быть предоставлены в следующих объектах:

- Гостиница/отель,
- Бизнес-центр,
- Загородный пансионат.

Отметим, что в большинстве случаев для проведения бизнес-конференции свои услуги предлагают гостиницы различных уровней – 46,7%, так же довольно часто бизнес-центры – 27,9%, чуть меньшую долю составляют загородные пансионаты – 26,2%.

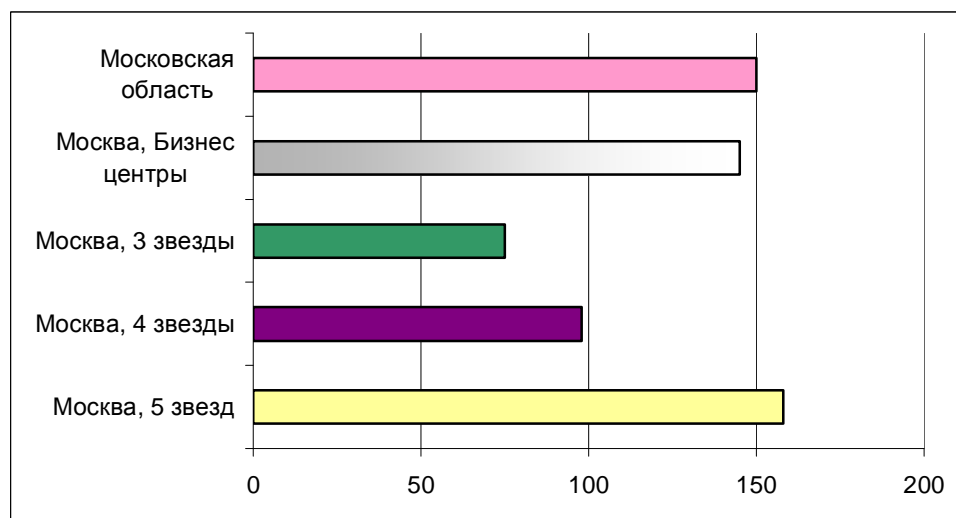
Все гостиницы, имеющие от 3 до 5 звезд должны иметь конференц-зал. Наибольшая концентрация - более 2/3 конференц-залов - размещено в 14 крупных гостиницах.

Диаграмма 1. Количество конференц-залов в гостиницах и пансионатах различного уровня (в шт, %)



Источник: Step-by-step

ДИАГРАММА 2. КОНЦЕНТРАЦИЯ КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЪЕКТАХ.



Источник: Step-by-step

ITE

ITE LLC Moscow образована в 1992 году. Является лидером на выставочном рынке России.

Выставки и конференции ITE охватывают основные отрасли экономики:

- Нефть и газ
- Энергетика
- Туризм
- Автомобилестроение
- Транспорт и логистика
- Продукты питания и напитки
- Здравоохранение
- Информационные технологии
- Безопасность
- Электроника и бытовая техника
- Детские товары
- Спорт и отдых
- Гостиничное и ресторанное дело
- Авиационно-космическая промышленность
- Телекоммуникации

- Строительство
- Архитектура и дизайн
- Катера и яхты
- Дистанционное образование

Основные тематики выставок и конференций:

Авиационно-космическая промышленность

- Автомобили и аксессуары
- Бытовая техника
- Гостиничное и ресторанное дело
- Дистанционное образование
- Индустрия аэропорта
- Интеллектуальные карты
- Катера и яхты
- Конференции
- Медицина
- Мода
- Нефть и газ
- Оборудование для легкой промышленности
- Охрана, безопасность и противопожарная защита
- Пищевые ингредиенты, добавки и пряности
- Продукты питания, напитки, технологии производства
- Путешествия и туризм
- Региональные выставки
- Собственные торговые марки розничных сетей
- Спорт и отдых, фитнес
- Строительство
- Товары и услуги для детей и родителей
- Топливо-энергетический комплекс
- Транспорт и логистика
- Фармацевтическая промышленность

Основные площадки для проведения конференций:

- Центр международной торговли

- «Ararat Park Hyatt»
- «Renaissance Moscow Hotel»
- «Marriott Grand Hotel»
- Гостиница «Золотое кольцо».

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

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**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

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.