



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТУРИЗМА.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, ноябрь 2013



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

1. ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

- 1.1. Внутренний валовой продукт (ВВП)
- 1.2. Уровень инфляции
- 1.3. Уровень занятости
- 1.4. Уровень доходов населения
- 1.5. Рынок платных услуг
- 1.6. Резюме по разделу

2. МИРОВОЙ РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

- 2.1. Мировой туристический поток
 - Динамика туристического потока
 - Структура туристического потока по целям визита и видам транспорта
 - Структура туристического потока по географическому распределению
- 2.2. Доходы от международного туризма
 - Динамика объемов мирового туристического рынка
 - География доходов от международного туризма
 - Динамика расходов на туризм
- 2.3. Прогноз развития мирового туристического рынка до 2030г.
- 2.4. Резюме по разделу

3. ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ ТУРИЗМА В РОССИИ



- 3.1. Развитие российского туристического рынка
- 3.2. Сдерживающие факторы развития туризма в России
- 3.3. Резюме по разделу

4. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ТУРИЗМА

- 4.1. Сегментация Рынка по основным видам туризма

Внутренний туризм

Въездной туризм

Выездной туризм

- 4.2. Сегментация Рынка по цели туристической поездки

- 4.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

- 4.4. Сезонность на Рынке

- 4.5. Перспективные направления туризма

Экологически туризм

Luxury-туризм

- 4.6. Резюме по разделу

5. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ТУРИЗМА

- 5.1. Общее число туроператоров и туристических агентств РФ

- 5.2. Объем рынка

Объем рынка внутреннего туризма

Объем рынка въездного туризма

Объем рынка выездного туризма

Объем гостиничного рынка

Объем рынка авиа- и железнодорожных перевозок

- 5.3. Анализ цен на рынке туристических услуг

Средние цены на туристические путевки



Цены на коллективное проживание в России

Траты российских туристов на отдых в европейских странах

5.4. Резюме по разделу

6. РЫНОК ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

6.1. Тенденции рынка онлайн-бронирования в России

6.2. Объем российского рынка онлайн путешествий

6.3. Структура рынка онлайн-бронирования по видам

6.4. Динамика спроса на онлайн-бронирование туристических услуг

6.5. Резюме по разделу

7. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

7.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

7.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Турфирма «Нева»

Туристическая фирма «Лабиринт»

Туристическая фирма «Верса»

TUI Russia & CIS (ТУИ Россия и СНГ)

Южный крест

НТК Интурист

PAC Group

Meridian Express

Атлас

Coral Travel (ОТ)

Библио Глобус

Пегас Туристик

TEZ TOUR

7.3. Резюме по разделу



8. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

- 8.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
- 8.2. Основные каналы продвижения на рынке
- 8.3. Резюме по разделу

9. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

- 9.1. Описание потребителей на Рынке
- 9.2. Потребительские предпочтения на Рынке
- 9.3. Резюме по разделу

10. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА

- 10.1. Мировой опыт государственного регулирования в сфере туризма
- 10.2. Государственное регулирование туристического рынка в России

11. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

- 11.1. Основные тенденции Рынка
- 11.2. STEERPLE-анализ рынка
- 11.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Перечень городов-курортов федерального значения

Приложение 2. Въезд иностранных граждан в РФ с целью туризма в 2011-2012гг.

Приложение 3. Выезд российских граждан за рубеж с целью туризма в 2011-2012гг.



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка туризма: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок туризма (далее Рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

1. ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

1.1. Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2012г. составил в текущих ценах ... млрд.руб.
Индекс физического объема ВВП относительно 2011г. составил *****%. Индекс-дефлятор
ВВП за 2012г. по отношению к ценам 2011г. составил ***%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2000-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.

.....

Источник:

.....

1.2. Уровень инфляции

.....

1.3. Уровень занятости

.....

1.4. Уровень доходов населения

.....

1.5. Рынок платных услуг

.....



2. МИРОВОЙ РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

2.1. Мировой туристический поток

Динамика туристического потока

По данным «Всемирной туристской организации ООН» (ЮНВТО), мировой рынок туризма в 2012г. вырос на *% больше показателя 2011г. (тогда число туристов составляло ... млн. чел.). По прогнозам, в 2013г. число туристов, выезжающих за рубеж, увеличится на *-*%, хотя и будут несколько ниже уровня 2012г.

Диаграмма. Динамика мирового туристического потока 1990-2012гг. и прогноз на 2013г., млн.чел.

.....

Источник:

.....

Диаграмма. Динамика структуры мирового туристического потока по регионам мира, 1990-2012гг., млн.чел.

.....

Источник:

Основным **туристическим направлением** в 2012г. в мире остается Европа, на долю которой пришлось **%, от общего числа туристов в 2012г. На втором месте находится Азиатско-Тихоокеанский регион (**%) и замыкает тройку американский туристический рынок – **%.

Диаграмма. Основные направления мирового туризма в 2012г., %

.....

Источник:

.....



2.2. Доходы от международного туризма

Так в 2012г. доходы от международного туризма увеличились на *%, тем самым достигнув нового рекордного уровня в ... млрд. долл.США (или ... млрд. евро), а включая поступления от международных пассажирских перевозок (... млрд. долл. США), доходы составили ... трлн. долл. США.

Диаграмма. Динамика доходов от международного туризма в 1990-2012гг., млрд. долл.

.....

Источник:

.....

2.3. Прогноз развития мирового туристического рынка до 2030г.

Согласно прогнозу, сделанному UNWTO, ожидается увеличение числа международных туристов во всем мире в среднем на ***% в год за период с 2010 по 2030 год. С течением времени, темпы роста будут постепенно замедляться с ***% в 2012 году до ***% в 2030 году. В абсолютных цифрах количество международных туристов увеличится примерно на ... млн. чел. в год, по сравнению с увеличением в среднем на ... миллионов туристов в год в период с 1995 по 2010 год. Так по прогнозам ожидается, что количество международных туристов во всем мире достигнет ... млрд. к 2020 году и ... млрд. в 2030 году.

Диаграмма. Прогноз мирового туристического потока до 2030г., млн. прибытий и %

.....

Источник:

.....



3. ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ ТУРИЗМА В РОССИИ

3.1. Развитие российского туристического рынка

По данным UNWTO, в 2012г. глобальная доля российского туристического рынка составила ***% от общемирового.

В свою очередь, PhoCusWright оценил российский туристический рынок 2013 г. в ... млрд. долл. США с онлайн-сегментом **%, который растет на **% в год. При этом утверждается, что сохраняется значительный потенциал роста, так как доля онлайн-сегмента в России еще существенно меньше, чем на рынках Европы или США.

Диаграмма. Объем российского туристического рынка в 2010-2013гг. и прогноз на 2014г., млрд. долл.США

.....

Источник:

Выездной рынок очень сконцентрирован вокруг ограниченного количества направлений, так **% выездов для путешествий с целью отдыха, так и для бизнеса производится в основном по ... направлениям.

Диаграмма. Выездной туризм России с целью отдыха и бизнеса, млрд. чел.

.....

Источник:

3.2. Сдерживающие факторы развития туризма в России

.....



4. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ТУРИЗМА

4.1. Сегментация Рынка по основным видам туризма

Диаграмма. Структура российского рынка туризма в 2012г. (по числу туристов), %

.....

Источник:

Как видно из диаграммы, по итогам 2012 года внутренний туризм преобладает над остальными видами туризма – **%. Количество поездок иностранных граждан на территорию Российской Федерации составило около ... млн. чел., из них ... млн. чел. с целью туризма.

В свою очередь количество поездок российских граждан за рубеж с целью туризма за 2012 год составило ... млн. чел.

При этом внутренний туристический поток в 2012 году составил ... млн. человек.

Внутренний туризм

.....

Въездной туризм

По данным отчета «Ассоциации Туроператоров России», подготовленного на основе данных «ФСГС РФ» и «Ростуризма», лидером по числу въехавших в РФ иностранных граждан в 2012г. остался немецкий рынок – ****% или ... туристов (в 2011г. эта цифра составила ... человек), эта же тенденция сохраняется и в 2013г. – за первое полугодие страну посетили ... тыс. немецких туристов. По сравнению с 2011г. доля Германии, в общем объеме иностранных туристов, увеличилась на ... п.п.

Диаграмма. Долевое распределение иностранных туристов, въехавших в РФ в 2012г. с целью туризма, %

.....



Источник:

.....

Выездной туризм

По итогам 2012г. наиболее популярным направлением у российских туристов осталась Турция –****%. На втором месте идет Египет, который посетили ****% российских туристов. Третье место, с большим отрывом от лидера, занял Китай – ****%.

В первой половине 2013г. тенденция сохраняется – Турция и Египет по-прежнему лидеры, далее следуют Таиланд и Финляндия.

Диаграмма. Долевое распределение российских туристов в 2012г., %

.....

Источник:

За последние 10 лет суммарная доля Турции, Китая и Египта, в общем объеме выездного туризма, существенно выросла – с **% в 2002г. до **% в 2010г. Только в 2011г., из-за крайне напряженной ситуации в Египте, доля представленных регионов снизилась до **%. А в 2012г. было падение популярности Китая и Турции, что снизило долю представленных регионов до **%.

.....

4.2. Сегментация Рынка по цели туристической поездки

Диаграмма. Прогноз структуры туристических поездок в 2013г. (млрд. долл. США)

.....

Источник:

.....

4.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

.....



Таблица. Средние цены на услуги туристических фирм в июле 2008-2013гг., руб.

Вид туристических услуг	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.

Источник:

Таким образом, цены на поездки в Турцию в 2013г. увеличились на ***% по сравнению с 2012г. в аналогичном периоде времени, а экскурсионные поездки во Францию на ***%. Цены на поездку в Испанию увеличились менее, чем на *%. Автобусные экскурсии увеличились на **%.

Диаграмма. Прирост средних цен на услуги туристических фирм в июле 2012г.(%)

.....

Источник:

4.4. Сезонность на Рынке

.....

Диаграмма. Ежемесячная динамика выездного туризма в 2010-2011гг., тыс. чел.

.....

Источник:

4.5. Перспективные направления туризма

.....



5. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ТУРИЗМА

5.1. Общее число туроператоров и туристических агентств РФ

По состоянию на октябрь 2013г. общее количество **туроператоров**, зарегистрированных в едином федеральном реестре туроператоров (по данным «Ростуризма»), составило Для осуществления туроператорской деятельности туроператор должен иметь финансовое обеспечение либо в виде страхования ответственности туроператора, либо в виде банковской гарантии. В основном российские туроператоры имеют финансовое обеспечение в размере ... тыс. руб. (****%) и ... млн. руб. (****%).

Диаграмма. Структура реестра туроператоров России в зависимости от размера финансового обеспечения, 2013г., %

.....

Источник:

.....

5.2. Объем рынка

Объем рынка внутреннего туризма

По данным опроса ВЦИОМ большинство русских туристов этим летом сделали выбор в пользу внутреннего туризма. Самыми востребованными туристическими направлениями стали Черноморское побережье России (*%) и отдых в других городах России (*%).

Также стоит отметить, что поездки с культурно-познавательными целями составляют около **% внутреннего туристского потока, основные объемы которого приходятся на Центральный и Северо-Западный федеральные округ.



Диаграмма. Динамика численности российских туристов, размещенных в коллективных средствах размещения РФ в 2009-2012гг. и прогноз на 2013-2018гг., млн. чел.

.....

Источник:

.....

5.3. Анализ цен на рынке туристических услуг

Средние цены на туристические путевки

За последние три года стоимость путевки увеличилась в среднем на **% (с ... тыс. руб. в 2011г. до ... тыс. руб. в 2013г.)

Диаграмма. Динамика цен на поездки в Турцию за январь-октябрь 2011-2013гг., руб.

.....

Источник:

Как видно из диаграммы, цены на путевки возросли, хотя спрос на Турцию в 2013г. упал на *%.

.....

6. РЫНОК ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

6.1. Тенденции рынка онлайн-бронирования в России

Рынок online travel в последнее время быстро растет. В России за 2011г. количество заказов на данном рынке увеличилось в ... раза. Таким образом, доля рынка онлайн бронирования увеличилась на **%, достигнув ... млрд. долл. США. С учетом ежегодного прироста в **-% к 2015 году объем российского рынка онлайн туризма достигнет ... млрд.долл.США.



В 2012г. около **% российских туристов воспользовались услугами онлайн-бронирования отелей (годовой объем рынка ... млрд. долл. США), а в 2013г. по прогнозам экспертов составит **%.

.....

6.2. Объем российского рынка онлайн путешествий

PhoCusWright оценил российский туристический онлайн-рынок в 2012г. на уровне ... млрд. долл. США (*% от общего количества). Сегмент авиабилетов занимает до **%, хотя прибыльность сейчас уменьшается.

Диаграмма. Динамика российского рынка онлайн путешествий в 2009-2012гг., млрд. долл. США

.....

Источник:

Из диаграммы видно, что данный рынок развивается большими темпами, так с 2009г. его доля увеличилась на ***%.

По данным исследовательского агентства Data Insight, в 2012 году общий объем российского рынка онлайн путешествий составил ... млрд. рублей, продемонстрировав рост на **% по сравнению с 2011 годом. Большую часть рынка - ... млрд. – занимает продажа авиабилетов. Эксперты ожидают, что в 2013г. данный рынок увеличится еще на **-% и составит ... млрд. рублей.

6.3. Структура рынка онлайн-бронирования по видам

По данным PhoCusWright в сфере онлайн бронирования авиаперевозки в 2013г. вырастут до ... млн. долл. США, отели – до ... млн. долл. США, аренда машин – до ... млн. долл. США, железнодорожные билеты – до ... млн. долл. США, продажи пакетов – до ... млн. долл.



США. Интернет продажи к 2013 году составят ... млрд. долл. США, в онлайн будет бронироваться каждое пятое путешествие.

Диаграмма. Структура российского рынка онлайн-бронирования по видам услуг в 2013г.,%

.....
Источник:

В 2012 году **% объема рынка онлайн бронирования – ... миллиардов рублей – пришлось на продажу билетов онлайн. Из них **% - это авиабилеты, **%- ж/д билеты, **% составил сегмент бронирования гостиниц и **% приходится на бронирование туристических туров.

6.4. Динамика спроса на онлайн-бронирование туристических услуг

Большинство новых и потенциальных клиентов ОТА – жители небольших городов. В Москве темпы роста рынка онлайн бронирования в среднем в два раза ниже, чем в регионах. Самые высокие темпы на Урале – **%. В Москве этот показатель составляет всего **%, а в Санкт-Петербурге и то меньше – **%.

Диаграмма. Динамика запросов по «авиабилетам» по регионам России в 2012г.,%

.....
Источник:

По данным Яндекса, запросы по бронированию туров в среднем составляют ... по России, а бронированием отеля интересуются в среднем ... раза в месяц.

7. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

7.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

.....



7.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Турфирма «Нева»

<http://www.nevatravel.ru>

О компании

ЗАО «Фирма Нева» - один из крупнейших многопрофильных туроператоров России. Компания была основана в 1990 году. Основной деятельностью компании является операторский бизнес в выездном туризме, при этом «Нева» с самого начала позиционировала себя как многопрофильный туроператор.

ЗАО «Фирма Нева» является основной компанией холдинга «Neva International Holding Aps», который был зарегистрирован в 2005 году. В холдинг также вошли ЗАО «Невэкс» (Nevex) и ЗАО «Центр туристического обслуживания» (ЦТО), учрежденные в разное время при участии «Невы». Общая численность сотрудников холдинга превышает 500 человек.

География деятельности

- Штаб-квартира компании находится в Санкт-Петербурге, где у «Невы» четыре собственных офиса, а также офис в г. Выборге (Ленинградская область).
- Филиалы «Невы» работают в Москве, Екатеринбурге, Новосибирске, Казани и Нижнем Новгороде.
- «Нева» имеет сеть франчайзинговых агентств (более 150 офисов), представленную более, чем в 40 городах России. В основном, это Санкт-Петербург – около 50 офисов и Москва – около 40 офисов.
- Продукт «Невы» реализуется на агентских условиях более, чем в 40 тысячах компаний по всей территории постсоветского пространства от Владивостока до Калининграда (включая Украину, Беларусь и страны Балтии).
- «Нева» имеет свои представительства за рубежом (Финляндия, Испания, Черногория, Турция).

Направления деятельности



В настоящее время география предложений «Невы» насчитывает более 50 стран мира:

- Абхазия
- Австралия
- Австрия
- Азербайджан
- Андорра
- Армения
- Беларусь
- Бельгия
- Болгария
- Бразилия
- Великобритания
- Венгрия
- Вьетнам
- Германия
- Греция
- Грузия
- Дания
- Доминиканская респ.
- Египет
- Израиль
- Индия
- Индонезия
- Иордания
- Ирландия
- Исландия
- Испания
- Италия
- Кабо Верде
- Кения
- Кипр
- Китай
- Куба
- Латвия
- Литва
- Люксембург
- Маврикий
- Малайзия
- Мальдивы
- Мальта
- Марокко
- Мексика
- Монако
- Нидерланды
- Новая Зеландия
- Норвегия
- ОАЭ
- Перу
- Польша
- Португалия
- Россия
- Сейшельские острова
- Сербия
- Сингапур
- Словакия
- Словения
- США
- Таиланд
- Тунис
- Турция
- Узбекистан
- Украина
- Филиппины
- Финляндия
- Франция
- Хорватия
- Черногория
- Чехия
- Чили
- Швейцария
- Швеция
- Шри-Ланка
- Эстония
- ЮАР
- Южная Корея
- Япония



Показатели деятельности

.....

Преимущества

-

Планы развития

-

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших туроператоров РФ

Название компании	Дата основания	Виды деятельности	Туристические маршруты	География деятельности	Показатели, 2012г.	Преимущества	Планы по развитию
<i>Турфирма «Нева»</i>							
<i>Туристическая фирма «Лабиринт»</i>							
<i>Туристическая фирма «Верса»</i>							
<i>«DANKO Travel Company»</i>							
<i>«TUI Russia & CIS»</i>							
<i>«Южный крест»</i>							
<i>«НТК Интурист»</i>							
<i>«PAC Group»</i>							
<i>«Meridian Express»</i>							
<i>«Атлас»</i>							
<i>«Coral Travel»</i>							

Источник:

Компании, работающие на туристическом рынке онлайн-бронирования

.....

Диаграмма. Лидирующие компании на рынке онлайн-бронирования авиабилетов в 2012г., %

.....

Источник:

На рынке онлайн-бронирования отелей доминирует международный сервис с объемом продаж более ... млн. долл./мес. Booking.com, из российских компаний это Ostrovok.ru, oktogo.ru, Hotels.ru, OZON с объемами продаж ...-... млн. долл. США в месяц.

8. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

8.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема. Движение туристических услуг

.....

Источник:

.....

8.2. Основные каналы продвижения на рынке

Помимо продвижения, Интернет может выполнять функцию продаж. Так, в США доля **онлайн-бронирований** (туров, билетов, гостиниц), в общем объеме продаж туруслуг составляет порядка **%, а в странах Европы эта цифра колеблется от ** до **%, в Индии - более **%. В России бронирования через Интернет составляют менее **%, в то время как в сегменте отелей, и того меньше - не более *%.

По мнению экспертов, рынок онлайн-бронирования в России растет на **% в год.

Диаграмма. Доля онлайн-бронирований в общем объеме продаж туруслуг, %



.....
Источник:

9. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

9.1. Описание потребителей на Рынке

В2С–сегмент

По данным «Госкомстата» численность населения России по состоянию на 1 января 2013 года составила ... млн. человек, из которых ... млн. проживает в городе, а ... млн. в сельской местности.

Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2013г., %

.....
Источник:

В2В-сегмент

Туристические поездки в сегменте В2В представляют собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу. Инcentив туры, как правило, предусматривают хорошее качественное обслуживание по системе «все включено». Общая доля делового туризма составляет от ** до **% в международном туристском объеме.

.....

9.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Как показал опрос, большинство россиян предпочитают пляжный отдых – около **% респондентов. Познавательные поездки предпочитают **% опрошенных (год назад - **%). Чуть менее популярны санаторное лечение (**%), походы, рыбалка и охота (**%), поездки в дома отдыха, пансионаты (**% против *% год назад).



Диаграмма. Предпочтения по видам отдыха, %

Источник:

Немало тех, кому больше всего по душе провести свободные дни дома (**%), на даче (**%).

10. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА

10.1. Мировой опыт государственного регулирования в сфере туризма

.....

10.2. Государственное регулирование туристического рынка в России

.....

11. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

11.1. Основные тенденции Рынка

-

11.2. STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (-)• (+)• (+)
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)• (+)• (-)
E	Факторы окружающей среды



	<ul style="list-style-type: none">• (-)• (-)
P	Политические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (-)
L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)
E	Этические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (-)

Источник:

11.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Барьерами для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU