

# Анализ рынка гостиничной недвижимости г. Ростов-на-Дону

## ДЕМО-Версия

**Цели и задачи исследования.** Маркетинговый анализ рынка гостиничной недвижимости ставит своей целью определить характер предложения и спроса, оценить конкурентную ситуацию на рынке и востребованность (своевременность) новых проектов на рынке и сформулировать требования к уникальным характеристикам (**unique sales points**), которые бы позволили им иметь конкурентное преимущество на рынке как на момент выхода объекта на рынок, так и на перспективу.

**Область исследования гостиничного рынка.** Областью исследования гостиничного рынка является г. Ростов-на-Дону и его город-спутник Батайск. Выбор области исследования объясняется тем, что г. Батайск имеет хорошую транспортную доступность до анализируемого участка, который располагается на левом берегу Дона. А также тем, что города развиваются как единая агломерация, и связаны экономически. Батайск удален от Ростова-на-Дону на **8-10 км** и ежедневно в Ростов-на-Дону из Батайска осуществляют маятниковую миграцию около **30 000 человек**.

При подготовке исследования использовались следующие методы:

1. Кабинетные исследования (открытой информации и баз данных, имеющихся у GVA Sawyer)
2. Аудит-мониторинг объектов качественной недвижимости
3. Опросы управляющих компаний, девелоперов, собственников объектов, туристических организаций, фокус-группы.
4. Мониторинг существующих статистических данных

Исследование проведено в 3 кв. 2008 года.

Объем отчета - 35 стр. печатного текста

Отчет содержит 16 таблиц, 7 диаграмм и 2 карты.

## Оглавление

Основные выводы.....	3
1. Анализ инвестиционной активности на рынке и характеристика рыночных индикаторов .....	6
1.1. Индикаторы рынка.....	6
1.2. Анализ инвестиционной активности .....	6
2. Анализ предложения .....	9
2.1. Качественная характеристика предложения.....	9
2.1. Количественная характеристика предложения .....	10
3. Анализ спроса.....	17
3.1. Качественный анализ спроса.....	17
3.1. Количественный анализ спроса.....	21
4. Анализ цен продажи номеров .....	23
5. Кластерный анализ рынка .....	24
6. Рекомендации по гостиничному объекту .....	28
ПРИЛОЖЕНИЕ №1. РОССИЙСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ОБЪЕКТОВ ПО КАТЕГОРИЯМ .....	31
ПРИЛОЖЕНИЕ №2. МЕЖДУНАРОДНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ОБЪЕКТОВ ПО КАТЕГОРИЯМ .....	33
ПРИЛОЖЕНИЕ №3. КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ОБЪЕКТОВ ПО ФОРМАТАМ .....	34
ПРИЛОЖЕНИЕ №4. ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕМЕНТОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ, НАИБОЛЕЕ ШИРОКО ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В НОВЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ОБЪЕКТАХ.....	35

## Список диаграмм

Диаграмма 1. Структура номерного фонда города по категориям, окт. 2008 г.....	10
Диаграмма 2. Структура качественного номерного фонда по вместимости объектов и категориям, окт. 2008 г.....	11
Диаграмма 3. Структура качественного номерного фонда по категории, 2011 г. (прогноз). .....	13
Диаграмма 4. Динамика качественного предложения, 2005 – 2011 гг.....	14
Диаграмма 5. Структура качественного предложения по вместимости объектов и категориям, 2011 г. (прогноз). .....	14

Диаграмма 6. Динамика номерного фонда под управлением профессиональных УК и динамика доли номерного фонда под управлением от общего объема качественного предложения..... 15  
 Диаграмма 7. Годовая динамика показателя загрузки в качественных объектах. .... 21

## Список таблиц

**Таблица 1.** Наиболее крупные гостиничные проекты, заявленные к реализации до 2011 г. .... 7  
**Таблица 2.** Динамика качественного предложения и темпы его прироста, 2005 – окт. 2008 гг. .... 11  
**Таблица 3.** Динамика нового качественного предложения и соотношение нового качественного предложения по категориям, 2005 – окт. 2008 гг..... 11  
**Таблица 4.** Динамика качественного предложения и темпы его прироста, 2008 – 2011 гг. .... 12  
**Таблица 5.** Прогноз динамики качественного предложения и его доли в совокупном предложении, 2008 – 2011 гг. .... 12  
**Таблица 6.** Прогноз динамики нового качественного предложения и соотношения нового качественного предложения по категориям, 2008 - 2011 гг..... 13  
**Таблица 7.** Динамика номерного фонда под управлением российских и международных операторов, и доля номерного фонда под управлением в качественном предложении. .... 15  
**Таблица 8.** Описание выставочных комплексов «ВертолЭкспо» и «Горизонт». .... 20  
**Таблица 9.** Прогноз средних цен на проживание в гостиницах категорий 3\* и 4-5\*. .... 23  
**Таблица 10.** Перечень объектов, обозначенных на карте 1..... 24  
**Таблица 11.** Перечень объектов, обозначенных на карте 2. .... 26  
**Таблица 12.** Характеристика кластеров гостиничного рынка. .... 27  
**Таблица 13.** Рекомендации по продвижению отеля на рынок. .... 28  
**Таблица 14.** Перечень элементов инфраструктуры, оборудования номеров и предоставляемых услуг, наиболее широко представленных в качественном предложении средств размещения в международной практике. .... 29  
**Таблица 15.** Основные требования операторов к гостиничному объекту..... 30  
**Таблица 16.** Рекомендуемые характеристики планируемого гостиничного объекта..... 30

## Список карт

Карта 1. Наиболее крупные существующие гостиничные объекты 3\* и 4\* и кластеры рынка..... 24  
 Карта 2. Наиболее крупные планируемые и строящиеся гостиничные объекты 3\* и 4-5\* и кластеры рынка. .... 26

Гостиничный рынок города сформирован преимущественно некачественным гостиничным предложением категории 1-2\*. Отели этой категории предлагают низкий уровень услуг и не соответствуют международным стандартам качества. На текущий период качественное предложение города сформировано мини-отелями, а также полноформатными отелями 3\* («Вертолетель», 125 номеров, «Ростов», 355 номеров и «АМАКС конгресс-отель, 3\*, 247 номеров») и двумя полноформатными отелями 4\* («Дон-Плаза», 233 номера и «Рэдиссон САС Дон», 81 номер).

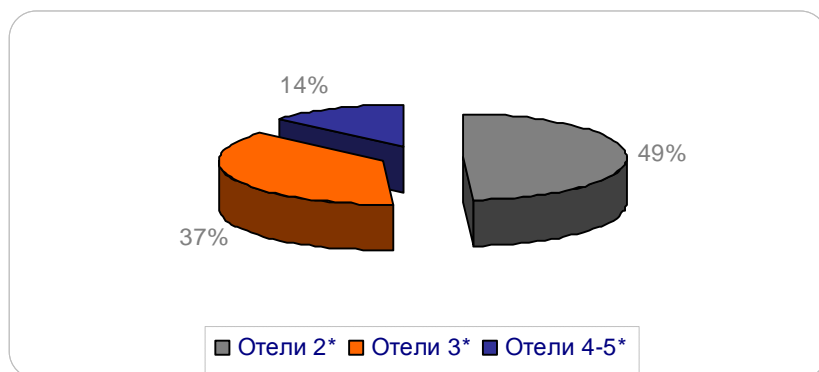
Единственной гостиницей города, прошедшей официальную сертификацию, является конгресс-отель «Дон-Плаза», 4\*. В городе отсутствуют объекты категории 5\*, первый объект этой категории появится в 2010 г. В городе будет реализован проект реконструкции гостиницы старого номерного фонда «Звезда», ее категория повысится до 3\*. Недавно завершилась реконструкция гостиницы «Турист» (теперь «АМАКС конгресс-отель»). В перспективе планируется их сертификация, также планируется сертификация мини-отеля «Европа», 27 номеров, в категории 4\*. Большая часть планируемых объектов будет реализована в центральной части города.

...

На период проведения исследования (октябрь 2008 г.) совокупное предложение на гостиничном рынке Ростова-на-Дону было сформировано примерно 2620 номерами. Из них на долю качественного предложения приходится примерно ...%; в составе качественного предложения преобладают отели категории 3\* (см. Диаграмму.1).

Диаграмма 1. Структура номерного фонда города по категориям, окт. 2008 г.

Источник: GVA Sawyer



Ввод качественного предложения на рынок начался в 2004 г. За период 2005 – окт. 2008 гг. рост номерного фонда города происходил преимущественно за счет ввода гостиниц категории 3-4\*. Также в гостиницах города проводится частичная реконструкция старого гостиничного фонда с целью повышения их категории. Ввод нового качественного предложения имеет двухгодичную цикличность: пики циклов приходятся на нечетные годы. Цикличность связана со сроками реализации девелоперских проектов. За период 2005 – окт. 2008 гг. на рынок преимущественно вводились гостиницы категории 3\*. Рост номерного фонда 3\* происходил как за счет ввода полноформатных отелей, так и мини-отелей. На текущий период в качественном предложении преобладают полноформатные объекты, на долю мини-отелей приходится ...% качественного предложения (см. Табл. 2 и 3; Диаграмму 2).

...

На период проведения исследования на рынке присутствовали как российские, так и международные управляющие компании. К 2011 г. доля номерного фонда под управлением профессиональных УК в объеме качественного предложения увеличится примерно на 15%. Преимущественно рост доли номерного фонда под управлением профессиональных УК произойдет за счет роста доли номерного фонда под управлением международных управляющих компаний: она вырастет на 30% (см. Табл. 7 и Диаграмму 6).

...

В Ростове-на-Дону преобладают бизнес-туристы. На их долю приходится около 90 % туристического потока в город. По аналогии с городами России, в которых развит деловой туризм, структура бизнес-туризма оценивается следующим образом: индивидуальные деловые поездки - около 70% туристов; поездки для участия в конференциях и семинарах - около 15% туристов; посещение выставок и ярмарок – 10%; конгрессные туры и инсентив-туризм (поощрительные поездки) - около 5% бизнес-туризма и этот сегмент постоянно растет.

...

Стоимость гостиничного номера зависит от категории гостиницы и типа номера (стандартный, номер-люкс, номер-апартаменты и т.п.). В гостиницах категории 3\* стоимость проживания в двухместном стандартном номере находится в пределах от ... руб./сутки до ... руб./сутки, в гостиницах категории 4\* - от ... руб./сутки до ... руб./сутки. Стоимость номеров-люкс выше стоимости двухместных стандартных номеров на 75% для гостиниц 3\* и на 115% для гостиниц 4\*.

...

По местоположению и нацеленности на обслуживание определенного потребительского сегмента на гостиничном рынке города целесообразно выделить кластеры. Каждый кластер имеет специфические черты. На карте 1 обозначены кластеры и наиболее крупные качественные объекты в каждом из них. На карте 2 обозначены наиболее крупные качественные объекты, планируемые на рынке, а также строящийся выставочный комплекс и планируемый аэропорт. В Таблице 10 и 11 приведен перечень объектов, обозначенных на картах. В Таблице 12 приведена краткая характеристика каждого кластера.