

Аналитический отчет

«Анализ гостиничного рынка Узбекистана, 3 города, 3 кв. 2008 г.»

Демонстрационная версия

Аннотация:

Цель исследования.

Исследование текущей ситуации на рынке гостиничной недвижимости 3 городов – туристических центров страны: Ургенч, Бухара и Самарканд (анализ предложения, коммерческих условий и спроса). Установление наличия/отсутствия необходимости вывода на рынок в каждом из них новых объектов. При ее наличии определение ключевых параметров потенциальных новых объектов, необходимых рынку города.

По итогам работы Заказчик/Девелопер может принимать стратегические решения о вхождении в тот или иной сегмент рынка гостиничной недвижимости исследуемых городов Узбекистана. Собственники объектов - корректировать имеющийся перечень услуг и элементов инфраструктуры, прогнозировать коммерческие условия.

Задачи исследования:

Исследование существующих, строящихся и проектируемых гостиничных комплексов отдельно для каждого города.

Прогноз спроса на гостиничные объекты.

Мониторинг коммерческих условий на гостиницы в зависимости от сезона.

При подготовке исследования использовались следующие методы:

1. Кабинетные исследования (открытой информации и баз данных, имеющихся у GVA Sawyer)
3. Аудит-мониторинг объектов качественной недвижимости
3. Опросы управляющих компаний, собственников объектов, туристических организаций.
4. Мониторинг существующих статистических данных
5. Прогнозы спроса, предложения и коммерческих условий по рынку в целом, модели GVA Sawyer

Исследование проведено в июне 2008 года.

Объем отчета – 46 стр. печатного текста

Отчет содержит 15 таблиц, 3 диаграммы, 3 карты.

Краткая информация о существующих гостиничных комплексах содержит следующие данные:

- Адрес
- Номерной фонд
- Инфраструктура
- Преимущества/недостатки
- Стоимость проживания

Общее количество исследованных гостиниц – 28 шт.

Язык отчета – русский.

Полное оглавление:

СОДЕРЖАНИЕ.....	1
1 МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Г. УРГЕНЧ	3
Основные выводы.....	3
1.1 Анализ инвестиционной активности на рынке	4
1.1.1 Анализ доходности рынка	4
1.1.2 Анализ инвестиционной активности	4
1.1.3 Анализ ключевых сделок	4
1.1.4 Гостиничные операторы	4
1.2 Анализ структуры местного рынка	6
1.2.1 Объекты, значимые для формирования турпотока	6
1.2.2 Зоны концентрации гостиничных объектов	6
1.3 Анализ предложения	8
1.3.1 Существующий гостиничный фонд. Количественная характеристика	8
1.3.2 Планируемый гостиничный фонд. Количественная характеристика	8
1.3.3 Аффилированность гостиничных объектов	9
1.3.4 Качественная характеристика предложения	9
1.4 Анализ спроса	11
1.4.1 Динамика потока туристов	11
1.4.2 Структура спроса	11
1.4.3 Генераторы спроса	12
1.4.4 Показатели заполняемости	12
1.5 Основные требования к новым гостиничным объектам	13
1.6 Ценообразование	15
2 ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ГОСТИНИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Г. БУХАРА	16
Основные выводы.....	16
2.1 Анализ инвестиционной активности на рынке	17
2.1.1 Анализ доходности рынка	17
2.1.2 Анализ инвестиционной активности	17
2.1.3 Анализ ключевых сделок	17
2.1.4 Гостиничные операторы	17
2.2 Анализ структуры местного рынка	19
2.2.1 Объекты, значимые для формирования турпотока	19
2.2.2 Зоны концентрации гостиничных объектов	19
2.3 Анализ предложения	21

2.3.1	Существующий гостиничный фонд. Количественная характеристика	21
2.3.2	Планируемый гостиничный фонд. Количественная характеристика	21
2.3.3	Аффилированность гостиничных объектов	22
2.3.4	Качественная характеристика предложения.....	22
2.4	Анализ спроса.....	24
2.4.1	Динамика потока туристов.....	24
2.4.2	Структура спроса.....	24
2.4.3	Генераторы спроса.....	25
2.4.4	Показатели заполняемости.....	25
2.5	Основные требования к новым гостиничным объектам.....	26
2.6	Ценообразование.....	28
3	ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ГОСТИНИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Г. САМАРКАНД	29
	Основные выводы.....	29
3.1	Анализ инвестиционной активности на рынке.....	30
3.1.1	Анализ доходности рынка	30
3.1.2	Анализ инвестиционной активности.....	30
3.1.3	Анализ ключевых сделок.....	30
3.1.4	Гостиничные операторы.....	30
3.2	Анализ структуры местного рынка.....	32
3.2.1	Объекты, значимые для формирования турпотока	32
3.2.2	Зоны концентрации гостиничных объектов.....	32
3.3	Анализ предложения	34
3.3.1	Существующий гостиничный фонд. Количественная характеристика	34
3.3.2	Планируемый гостиничный фонд. Количественная характеристика	35
3.3.3	Аффилированность гостиничных объектов	35
3.3.4	Качественная характеристика предложения.....	35
3.4	Анализ спроса.....	37
3.4.1	Динамика потока туристов.....	37
3.4.2	Структура спроса.....	37
3.4.3	Генераторы спроса.....	38
3.4.4	Показатели заполняемости.....	39
3.5	Основные требования к новым гостиничным объектам.....	39
3.6	Ценообразование.....	41
	Приложение №1. Описание гостиничных объектов г. Ургенч и г. Хива.....	42
	Приложение №2. Описание гостиничных объектов г. Бухара	43
	Приложение №3. Описание гостиничных объектов г. Самарканд	45

Список диаграмм

Диаграмма 1.1. Динамика номерного фонда в г. Ургенч за период 2005 – 2010 гг.	11
Диаграмма 2.1. Динамика номерного фонда г. Бухара и годовой прирост гостиниц, %, 2005 – 2010 гг.	24
Диаграмма 3.1. Динамика номерного фонда г. Самарканд и годовой прирост гостиниц, %, 2005 – 2010 гг.	37

Список таблиц

Таблица 1.1. Динамика объемов предложения и годового прироста предложения, 2005 – II кв. 2008 г.	10
Таблица 1.2. Динамика потока иностранных туристов в Узбекистане, тыс. чел., 2005-2007 гг.	13
Таблица 1.3. Перечень рекомендуемых элементов инфраструктуры.	16
Таблица 1.4. Средняя цена на двухместный стандартный номер, включая завтрак и НДС, II кв. 2008 г.	17
Таблица 1.5. Прогноз средней цены на двухместный стандартный номер, включая завтрак и НДС, 2008 – 2010 гг.	17
Таблица 2.1. Динамика объемов предложения и годового прироста предложения, 2005 – II кв. 2008 г.	23
Таблица 2.2. Динамика потока иностранных туристов в Узбекистане, тыс. чел., 2005-2007 гг.	26
Таблица 2.3. Перечень рекомендуемых элементов инфраструктуры.	29
Таблица 2.4. Средняя цена на двухместный стандартный номер, включая завтрак и НДС, II кв. 2008 г.	30
Таблица 2.5. Прогноз средней цены на двухместный стандартный номер, включая завтрак и НДС, 2008 – 2010 гг.	30
Таблица 3.1. Динамика объемов предложения и годового прироста предложения, 2005 – II кв. 2008 г.	36
Таблица 3.2. Динамика потока иностранных туристов в Узбекистане, тыс. чел., 2005-2007 гг.	39
Таблица 3.3. Перечень элементов инфраструктуры, рекомендуемых для новых гостиниц.	42
Таблица 3.4. Средняя цена на двухместный стандартный номер, включая завтрак и НДС, II кв. 2008 г.	43
Таблица 3.5. Прогноз средней цены на двухместный стандартный номер гостиницы 3*, включая завтрак и НДС, 2008 – 2010 гг.	43

Приложения:

Приложение №1. Описание гостиничных объектов г. Ургенч и г. Хива.	42
Приложение №2. Описание гостиничных объектов г. Бухара.	43
Приложение №3. Описание гостиничных объектов г. Самарканд.	45

Демонстрационная версия. Анализ гостиничного рынка Узбекистана, 3 города, 3 кв. 2008 г.

Особенность данного рынка заключается в том, что основная доля (около **80%**) гостиничных объектов располагается не в городе, а в близлежащем историческом поселении – памятнике культуры – г.Хива. Все объекты в этой исторической зоне являются небольшими малоэтажными мини-отелями, что обусловлено ограничениями по строительству вблизи памятников культуры.

Особенность рынка заключается также в том, что не все отели могут размещать иностранных граждан. Для этого требуется лицензия, которая выдается государственным органом. В г. Хиве все отели имели лицензии, в г. Ургенче работали только **2** гостиницы, принимающие иностранных граждан (Ургенч и Харезм Палас).

На **2** полугодие **2008** г. в городе были представлены **2** национальные сети отелей: «Азия Хотелс», «Малика Хотелс». Эти компании ведут активную политику развития на территории Узбекистана и представлены в основных туристических центрах страны.

Интерес крупный международных операторов на **2008** г. был ограничен столицей - г. Ташкент. Здесь расположены отели сети **Intercontinental Hotels Group** (бренд **Intercontinental**), **Rezidor SAS** (бренд **Radisson SAS**). В исторических городах – туристических центрах компании не представлены.

В долгосрочной перспективе можно ожидать появление на рынке более крупных гостиниц, в частности, за счет реконструкции старого гостиничного фонда, что обусловлено повышением интереса игроков рынка к гостиничной недвижимости. Динамика предложения в последние **3** года и прогноз показателя на **3** года вперед показан на диаграмме **1.1**.

Динамика потока туристов в Узбекистан положительна. Основная часть туристического потока Узбекистана представлена рекреационными туристами, которые приезжают с целью посещения исторических объектов, расположенных в Бухаре, Самарканде, Хиве (Ургенче), Шахрисабзе и др. За период **2005 – 2007** гг. число туристов, посетивших страну выросло в два раза.

Для гостиничного рынка города, где преобладающим является рекреационный сегмент туризма, основным фактором, влияющим на заполняемость гостиниц, являются климатические условия. На исследуемом рынке пики спроса приходятся на март – май и сентябрь – ноябрь, в этот период заполняемость практически всех отелей достигает **100%**.

Стоимость гостиничного номера зависит от категории гостиницы и типа номера (стандартный или номер-люкс). На рынке Ургенча существуют гостиницы, расположенные в самом городе, а также отели, находящиеся в исторической части города – Хиве. Цены на гостиницы в Ургенче находятся в диапазоне **\$40-81** (за номер в сутки); цены на гостиницы в Хиве – в диапазоне **\$25 –70** . Средние показатели для двух зон рынка представлены в Таблице **1.5**.

Описание существующих гостиничных объектов:

Название, фото	Число номеров	Краткое описание инфраструктуры	Преимущества/Недостатки	Цена*, \$