**Российская Федерация**

**Карачаево–Черкесская Республика**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Управляющий**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.**

**14 декабря 2016 г.**



**Бизнес – план**

**Строительство и эксплуатация коттеджного комплекса «» в поселке Лунная поляна, ВТРК «Архыз»**

Инициатор проекта: **ООО «»**

**Черкесск, 2016 г.**

Оглавление:

[1. Общие сведения о заявителе на получение статуса резидента особой экономической зоны 5](#_Toc469517804)

[1.1. Наименование юридического лица 5](#_Toc469517805)

[1.2. Организационно-правовая форма заявителя, имена и адреса учредителей. 5](#_Toc469517806)

[1.3. Дата регистрации заявителя, номер регистрационного свидетельства, наименование органа, зарегистрировавшего заявителя. 5](#_Toc469517807)

[1.4. Место государственной регистрации и почтовый адрес заявителя - юридического лица. 5](#_Toc469517808)

[1.5. Ф.И.О., номера телефонов, факсов руководителя. 5](#_Toc469517809)

[1.6. Вид (виды) экономической деятельности заявителя. 5](#_Toc469517810)

[1.7. Срок реализации проекта. 5](#_Toc469517811)

[1.8. Общая стоимость реализации проекта, ожидаемые источники денежных средств и их структура (собственные и заемные средства заявителя, бюджетное финансирование). 5](#_Toc469517812)

[1.9. Заявление о коммерческой тайне. 6](#_Toc469517813)

[1.10. Дата составления бизнес-плана. 6](#_Toc469517814)

[2. Вводная часть (резюме проекта) 6](#_Toc469517815)

[2.1. Сущность предполагаемого Проекта и место реализации 6](#_Toc469517816)

[2.2. Эффективность реализации Проекта 7](#_Toc469517817)

[2.3. Общая стоимость Проекта 7](#_Toc469517818)

[2.4. Необходимые (привлекаемые) финансовые ресурсы 7](#_Toc469517819)

[2.5. Срок окупаемости Проекта 7](#_Toc469517820)

[2.6. Финансовые результаты реализации плана (за 10 лет) 8](#_Toc469517821)

[2.7. Предполагаемая форма и условия участия инвестора (кредитора) 9](#_Toc469517822)

[2.8. Гарантии возврата инвестиций (кредитных ресурсов) 9](#_Toc469517823)

[2.9. Сопутствующие эффекты (социальные, экологические) от реализации Проекта 9](#_Toc469517824)

[3. Анализ положения дел в сфере туризма 10](#_Toc469517825)

[3.1. Анализ современного состояния и перспектив развития отрасли 10](#_Toc469517826)

[3.2. Основные потребительские группы и их территориальное расположение 30](#_Toc469517827)

[3.3. Общая концепция предполагаемого бизнеса 35](#_Toc469517828)

[3.4. Прогноз конъюнктуры рынка туристско-рекреационной деятельности 36](#_Toc469517829)

[3.5. Ожидаемая доля заявителя в отрасли 37](#_Toc469517830)

[3.6. Перечень основных (потенциальных) конкурентов, их доли на рынке 37](#_Toc469517831)

[3.7. Учредители юридического лица – заявителя 38](#_Toc469517832)

[3.8. Перечень существующих (потенциальных) стратегических партнеров и контрагентов 38](#_Toc469517833)

[4. Описание работ 39](#_Toc469517834)

[4.1. Основные характеристики услуг 39](#_Toc469517835)

[4.2. Наличие опыта туристско-рекреационной деятельности. 39](#_Toc469517836)

[4.3. Анализ качества оказываемых услуг 39](#_Toc469517837)

[4.4. Сравнительный анализ основных характеристик аналогичных и конкурирующих работ и оказываемых услуг. 41](#_Toc469517838)

[5. Маркетинг 46](#_Toc469517839)

[5.1. Факторный анализ состояния туристско-рекреационной деятельности и ее сегментов 46](#_Toc469517840)

[5.2. Оценка доли заявителя на рынке оказываемых услуг 48](#_Toc469517841)

[5.3. Обоснование рыночной ниши услуг и среднесрочная концепция ее расширения 49](#_Toc469517842)

[5.4. Общая стратегия маркетинга заявителя 51](#_Toc469517843)

[5.5. Расширение ассортимента услуг. Характеристика ценообразования заявителя 51](#_Toc469517844)

[5.6. Тактика оказания услуг. Анализ методов реализации и их эффективность, приоритетные направления услуг в долгосрочной перспективе, наличие договоров и протоколов намерений на выполнение работ (производство продукции) и оказание услуг 54](#_Toc469517845)

[5.7. Политика предоставления гарантий качества услуг 55](#_Toc469517846)

[5.8. Реклама и продвижение услуг на рынок. Объем средств, выделяемых на культурные мероприятия 55](#_Toc469517847)

[5.9. Стратегия в области качества 55](#_Toc469517848)

[6. Логистика производства 56](#_Toc469517849)

[7. Производственный план 56](#_Toc469517850)

[7.1. Место реализации Проекта (с обоснованием выбора) и (или) строительной площадки, их особенности 56](#_Toc469517851)

[7.2. Необходимая площадь земельных участков для туристско-рекреационной деятельности. 58](#_Toc469517852)

[7.3. Необходимые объекты недвижимости для туристско-рекреационной деятельности 58](#_Toc469517853)

[7.4. Необходимые объекты и мощности инженерной, транспортной, социальной и иной инфраструктуры 59](#_Toc469517854)

[7.5. Планирование и сметная стоимость работ по Проекту 60](#_Toc469517855)

[7.6. Производственная программа заявителя в номенклатурном разрезе. 61](#_Toc469517856)

[7.7. План капитальных вложений 62](#_Toc469517857)

[7.8. Стратегия материально-технического обеспечения программы туристско-рекреационной деятельности 64](#_Toc469517858)

[7.9. Оценка обеспеченности потребностей квалифицированным персоналом для туристско-рекреационной деятельности 65](#_Toc469517859)

[7.10. Характеристика экологических последствий реализации Проекта, обеспечение экологической и технической безопасности. 67](#_Toc469517860)

[7.11. Анализ системы качества услуг 68](#_Toc469517861)

[8. Организационный план 68](#_Toc469517862)

[8.1. Краткая характеристика членов совета директоров и высшего руководства организации-заявителя 68](#_Toc469517863)

[8.2. Организационная структура управления организации-заявителя 69](#_Toc469517864)

[8.3. План-график основных мероприятий развития бизнеса 69](#_Toc469517865)

[9. Финансовый план 70](#_Toc469517866)

[9.1. Анализ финансово-хозяйственного состояния заявителя 70](#_Toc469517867)

[9.2. Доходы и расходы заявителя 70](#_Toc469517868)

[9.3. Движение денежных средств, тыс. руб. 74](#_Toc469517869)

[9.4. Налоговые платежи 77](#_Toc469517870)

[9.5. Предполагаемый объем инвестиций по Проекту с указанием источников финансирования 78](#_Toc469517871)

[10. Оценка эффективности Проекта и рисков его реализации 78](#_Toc469517872)

[10.1. Расчет абсолютных экономических показателей деятельности заявителя 78](#_Toc469517873)

[10.2. Расчет чистой приведенной стоимости Проекта (по месяцам). 82](#_Toc469517874)

[10.3. Расчет показателя внутренней нормы рентабельности IRR 83](#_Toc469517875)

[10.4. Расчет срока окупаемости инвестиций по Проекту 84](#_Toc469517876)

[10.5. Определение точки безубыточности деятельности заявителя 84](#_Toc469517877)

[10.6. Анализ основных видов рисков 86](#_Toc469517878)

[11. Приложения 86](#_Toc469517879)

[Приложение № 1 – Имитационная финансовая модель 86](#_Toc469517880)

[Приложение № 2 – Прогнозный баланс, тыс. руб. 87](#_Toc469517881)

[Приложение № 3 – Протокол внеочередного общего собрания учредителей ООО «» об одобрении крупной сделки 89](#_Toc469517882)

1. Общие сведения о заявителе на получение статуса резидента особой экономической зоны

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Наименование юридического лица | ООО «» |
| * 1. Организационно-правовая форма заявителя, имена и адреса учредителей. | Общество с ограниченной ответственностью. Форма собственности – частная.  Учредители: – 50%);  – 50%). |
| * 1. Дата регистрации заявителя, номер регистрационного свидетельства, наименование органа, зарегистрировавшего заявителя. | ОГРН, серия № , выдан г. Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 3 по Карачаево-Черкесской Республике. |
| * 1. Место государственной регистрации и почтовый адрес заявителя - юридического лица. | 369140, Карачаево-Черкесская Республика, Зеленчукский р-н, ст. Зеленчукская, ул. |
| * 1. Ф.И.О., номера телефонов, факсов руководителя. | Управляющий: |
| * 1. Вид (виды) экономической деятельности заявителя. | Основной:  Код ОКВЭД 55.11 Деятельность гостиниц с ресторанами  Дополнительный:  Код ОКВЭД 45.21.1 Производство общестроительных работ по возведению зданий, 45.21.6, 45.21.7, 52.27.3, 52.48.34, 55.22, 55.30, 70.20.1, 70.20.2, 71.40.4, 71.40.9. |
| * 1. Срок реализации проекта. | Срок реализации проекта – не менее срока существования ОЭЗ. Далее по бизнес-плану – первый год реализации проекта считается с даты заключения соглашения об осуществлении туристско-рекреационной деятельности. Для расчета показателей эффективности и построения прогнозной отчетности выбран период проекта 10 лет. |
| * 1. Общая стоимость реализации проекта, ожидаемые источники денежных средств и их структура (собственные и заемные средства заявителя, бюджетное финансирование). | Общий объём инвестиций –тыс. руб.  Источники денежных средств:  собственные средства –тыс. руб. (100 %). |
| * 1. Заявление о коммерческой тайне. | Информация, предоставленная в настоящем проекте, носит конфиденциальный характер и является собственностью ООО «».  Данный документ предназначен только, для лиц получивших его с согласия владельца информации.  Передача, копирование или разглашение содержащей информации в бизнес-плане без письменного согласия владельца запрещается. |
| * 1. Дата составления бизнес-плана. | **14.12.2016 г.** |

1. Вводная часть (резюме проекта)
   1. Сущность предполагаемого Проекта и место реализации

Реализация проекта направлена на развитие туристической инфраструктуры всесезонного туристско-рекреационного комплекса (далее – ВТРК) «Архыз» на территории Особой экономической зоны на территориях Зеленчукского и Урупского муниципальных районов Карачаево-Черкесской республики (далее – ОЭЗ) и предполагает строительство коттеджного комплекса в пос. Лунная поляна (далее – Проект), соответствующего европейским стандартам комфортабельности и качества обслуживания.

**Коттеджный комплекс «».**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Ед. изм.** | **Показатель** | | | | | | | | | |
| **Коттеджный комплекс в пос. Лунная поляна** | | | | | | | | | |
| **№ здания** |  | **М 5.1** | **М 5.2** | **М 5.3** | **М 5.4** | **М 5.5** | **М 5.6** | **М 5.7** | **М 5.8** | **М 5.9** | **Итого** |
| **Количество основных мест размещения** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Количество номеров, в т.ч.** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Стандарт 2-хместный** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Стандарт 3-хместный** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Количество возможных дополнительных мест размещения** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Площадь земельного участка (аренда)** | га |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Площадь застройки** | кв.м. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Общая площадь здания** | кв.м. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Строительный объем** | кв.м. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Объекты инфраструктуры** | | | | | | | | | | | |
| **Парковка** | м-мест |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

* 1. Эффективность реализации Проекта

С учетом полученных финансовых результатов Проект характеризуется высокой экономической эффективностью для туристической отрасли. Дополнительные налоговые поступления в бюджеты всех уровней в размере тыс. руб., а также создание -х новых рабочих мест со средней заработной платой руб. позволяют говорить о положительном бюджетном и социальном эффекте реализации Проекта.

* 1. Общая стоимость Проекта

Для строительства коттеджного комплекса необходимо **тыс. руб**. Общая себестоимость 1 кв.м. строительства –**тыс. руб.** (с учетом отделки и оснащения).

Разбивка стоимости строительства по видам затрат:

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Стоимость всего,**  **тыс. руб.** |
| Строительная площадь |  |
| Заключение договора аренды участка |  |
| Изыскательские работы и подготовка проектной документации |  |
| Получение разрешения на строительство |  |
| Основные строительные работы |  |
| Внутриплощадочные сети и сооружения |  |
| Внешнеплощадочные сети и сооружения |  |
| Внутриплощадочные объекты транспортного хозяйства, телекоммуникации |  |
| Благоустройство площадки |  |
| Затраты заказчика/застройщика |  |
| Накладные расходы |  |
| Непредвиденные расходы |  |
| Оснащение (оборудование, инвентарь, системы безопасности) |  |
| ИТОГО затраты на капитальное строительство |  |
| В т.ч. НДС |  |

**Примечание**: Итоговое значение капитальных вложений получено путем округления результатов вычислений. Вычисления представлены в Приложении 1 лист ВД ячейки G130:G145.

* 1. Необходимые (привлекаемые) финансовые ресурсы

Для освоения Проекта необходимы инвестиционные вложения тыс. руб. Проект полностью финансируется за счет собственных средств.

* 1. Срок окупаемости Проекта

Срок окупаемости Проекта (PBP) составляет года, дисконтированный срок окупаемости Проекта (DPBP) составляет года.

* 1. Финансовые результаты реализации плана (за 10 лет)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели инвестиционной привлекательности Проекта** | | |
| **Показатель** | **Ед. изм.** | **Значение** |
| Свободный денежный поток накопительным итогом | тыс. руб. |  |
| Чистая прибыль | тыс. руб. |  |
| Чистая приведенная стоимость Проекта | тыс. руб. |  |
| Внутренняя норма доходности Проекта | % |  |
| PBP (Срок окупаемости) проекта | лет. |  |
| DBP (Дисконтированный срок окупаемости) проекта | лет. |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Налоговые поступления в бюджеты всех уровней, тыс. руб.** |  |
| Налог на прибыль |  |
| НДС |  |
| НДФЛ |  |
| Налог на имущество |  |
| Страховые взносы |  |
| **Налоговые поступления в федеральный бюджет, тыс. руб.** |  |
| Налог на прибыль |  |
| НДС |  |
| **Налоговые поступления в региональный бюджет, тыс. руб.** |  |
| Налог на прибыль |  |
| НДФЛ |  |
| Налог на имущество |  |
| **Налоговые поступления в местный бюджет, тыс. руб.** |  |
| НДФЛ |  |

Страховые взносы перечисляются в соответствующие фонды и распределению в бюджеты не подлежат.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Налоговые поступления за 3 года, тыс. руб.** | **Всего за 3 года** | **1 год** | **2 год** | **3 год** |
| **Налоговые поступления в бюджеты всех уровней** |  |  |  |  |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |
| НДС |  |  |  |  |
| НДФЛ |  |  |  |  |
| Налог на имущество |  |  |  |  |
| Страховые взносы |  |  |  |  |
| **Налоговые поступления в федеральный бюджет** |  |  |  |  |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |
| НДС |  |  |  |  |
| **Налоговые поступления в региональный бюджет** |  |  |  |  |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |
| НДФЛ |  |  |  |  |
| Налог на имущество |  |  |  |  |
| **Налоговые поступления в местный бюджет** |  |  |  |  |
| НДФЛ |  |  |  |  |

**Структура налоговых поступлений в бюджеты**

* 1. Предполагаемая форма и условия участия инвестора (кредитора)

Структура финансирования Проекта – 100% составляют собственные средства.

* 1. Гарантии возврата инвестиций (кредитных ресурсов)

В основу финансовой модели заложен консервативный прогноз доходной части проекта. Отсутствие дефицита средств на расчетном счете (превышение суммы поступления денег над необходимыми платежами) свидетельствует о выполнимости намеченных объектов оказания услуг. Предприятие планирует реализовывать инвестиционный проект за счет собственных средств без привлечения кредитных ресурсов.

* 1. Сопутствующие эффекты (социальные, экологические) от реализации Проекта

Особенностями и преимуществами настоящего инвестиционного проекта в соответствии с поставленными целями, являются:

* направленность на повышение туристско-рекреационного потенциала региона путем создания 95-и основных и 47-и дополнительных мест размещения;
* направленность на повышение промышленного и сельскохозяйственного потенциала региона в области производства строительных материалов, спортивного оборудования и инвентаря, производства продуктов питания;
* направленность на экономическое развитие территории региона - за счёт увеличения налоговых поступлений в бюджеты всех уровней в результате реализации проекта;
* направленность на социальное развитие территории региона за счёт организации дополнительных рабочих мест для его жителей. Реализация проекта позволит создать 23 постоянных рабочих места, предусмотренных в штатном расписании, и 63 дополнительных рабочих места с учетом мультипликативного эффекта;
* направленность на экологическую сохранность окружающей среды региона вследствие применения современных экологосберегающих технологий;
* направленность на рост конкурентоспособности региона за счёт таких факторов, как увеличение доходов бюджета, рост инвестиций в туристскую отрасль, увеличение занятости, синергетического эффекта, обусловленного комплексным развитием инфраструктуры туристской отрасли.

Прогноз увеличения туристского сектора и смежных отраслей в валовом региональном продукте, а также расчет дополнительных рабочих мест в результате реализации проекта был произведен с учетом среднего мультипликативного эффекта развитой отрасли туризма по современным методикам (Молдажанов М.Б. «Кластерная организация как инструмент повышения эффективности сферы туризма». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Сочи 2015 г.). По данным исследовательского агентства «Strategy Partners», туристическая отрасль является лидером среди других отраслей по степени мультипликативного влияния на экономику. Это означает, что общий рост выпуска в экономике превышает рост выпуска в отрасли туризма в 2,8 раза, а общий рост занятости в экономике на каждые 100 млн. руб. общего выпуска отрасли туризма составляет 72 рабочих места. Так как суммарный выпуск с учетом синергетического эффекта на конец срока реализации проекта составит 86 941 тыс. руб., количество дополнительных рабочих мест с учетом синергетического эффекта составит 63 места.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год | 6 год | 7 год | 8 год | 9 год | 10 год |
| Доход от туристической деятельности, тыс. руб. | - | 16 049 | 27 549 | 29 098 | 30 556 | 31 050 | 31 050 | 31 150 | 31 050 | 31 050 |
| Дополнительный доход с учетом синергетического эффекта, тыс. руб. | - | 28 887 | 49 589 | 52 376 | 55 000 | 55 891 | 55 891 | 56 070 | 55 891 | 55 891 |
| Суммарный доход с учетом синергетического эффекта, тыс. руб. | - | 44 936 | 77 139 | 81 474 | 85 556 | 86 941 | 86 941 | 87 220 | 86 941 | 86 941 |
| Прогнозное увеличение туристических потоков, прибытий | - | 1 310 | 2 248 | 2 374 | 2 493 | 2 534 | 2 534 | 2 542 | 2 534 | 2 534 |
| Дополнительные рабочие места с учетом синергетического эффекта, чел | - | 32 | 56 | 59 | 62 | 63 | 63 | 63 | 63 | 63 |

1. Анализ положения дел в сфере туризма
   1. Анализ современного состояния и перспектив развития отрасли

По мере развития мировой экономики, расширения объемов международной торговли, совершенствования средств транспорта, связи, повышения интернационализации и глобализации мирового хозяйства увеличивается количество и разнообразие контактов, поездок граждан, вызванных экономической необходимостью. Повышение благосостояния населения разных стран, увеличение количества свободного времени, а также необходимость полного восстановления человеческого фактора в экономике способствует росту международных поездок с целью отдыха.

Международный туризм является одним из основных видов международной экономической деятельности, сложной и комплексной сферой, оказывающей существенное влияние как на структуру и общую ситуацию в мировой экономике, так и на хозяйства большинства стран и отдельных регионов мира. Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, и составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики

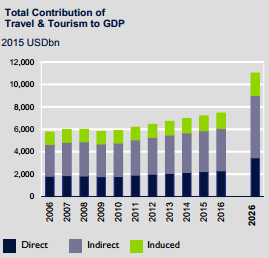
Современная индустрия туризма является одним из крупнейших секторов мировой экономики. За последние три десятилетия число туристов в мире увеличилось почти в 4 раза, а доходы от туризма — более чем в 25 раз. Туризм является высокодоходной отраслью и входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, сравнимой по эффективности инвестиционных вложений с нефтегазодобывающей промышленностью и с автомобилестроением, удельный вес которых в мировом экспорте 11 % и 8,6 %, соответственно (Кудинова Е. В. Современное состояние и тенденции развития туризма в мировой и российской экономике/ Е. В. Кудинова, А. Ю. Шаповал // Молодой ученый. — 2015. — №3).

Международный туризм в настоящее время является одной из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Несмотря на недавние негативные события в Северной Африке, на Ближнем Востоке и на Украине, в 2016 г. вряд ли снизится глобальный спрос на туристические услуги. Произошли изменения в характере туристских направлений и маршрутов. Рост числа международных туристских прибытий, по данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), продолжится, но умеренно, и составит в среднем 4 %.

Туризм в мировой экономике - один из ведущих создателей рабочих мест, так как создает свыше 280 млн. рабочих мест во всем мире. Международный туризм обеспечивает занятость прежде всего молодежи и женщин как в городах, так и в сельской местности.

Вклад туризма в ВВП, по данным KNOEMA (мировой каталог открытых и публичных данных), в 2015г. в разных странах составили (в %): США – 5,3% , Испания - 19,4%, Италия – 11,8%, Франция – 9,5%, Китай – 4,9%, Россия - всего 1,5%.

**Рисунок 1. Туризм, общий вклад в ВВП (млрд. долл. США) 2006 – 2015 гг.**



***Источник****: Ежегодный доклад World Travel & Tourism Council «Travel & Tourism. ECONOMIC IMPACT 2016. WORLD» Интернет-ресурс; http://www.wttc.org/*

Тенденция к росту объясняется, прежде всего, усилением экономик развивающихся стран, в которые, вместе с тем увеличился поток туристов. Помимо этого, на фоне снижения темпов развития экономики всего мира, а, особенно, Европы, сфера туризма не только не ослабла, но и, наоборот, усилилась.

По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council, WTTC), по итогам 2015 года вклад туристического сектора в общемировой ВВП в реальных ценах 2015 года вырос на 3,1%, до 7,2 трлн. долларов США.

В ежегодном докладе WTTC было учтено развитие туризма в 184 странах и 24 регионах мира. Сектор «Путешествий и туризма» создает каждое 11 рабочее место в мире. Как отмечено в докладе, рост туристического сектора стимулируется увеличением роста доходов, а также тем, что население планеты, с одной стороны, стареет, с другой – у пожилых людей есть возможность больше путешествовать. Кроме того, растут и транспортные связи между пунктами назначения, что делает путешествия более доступными.

Как показало исследование, в ряде стран рост туризма опережал рост экономики государства: такой тренд был отмечен в Исландии, Японии, Мексике, Новой Зеландии, Катаре, Саудовской Аравии, Таиланде и Уганде.

Самым быстро растущим регионом мира в 2015 году стала Юго-Восточная Азия, турпотоки выросли на 7,9%. Затем следуют Южная Азия (+7,4%) и Ближний Восток (+5,9%). Карибский регион продемонстрировал рост на 5,1%, Северная Америка на 3,1%, Европа на 2,5%, Северо-Восточная Азия на 2,1%, Латинская Америка на 1,5 %, Северная Африка на 1,4 %.

По прогнозам WTTC, в 2016 году общий вклад туристического сектора в мировой ВВП вырастет еще на 3,5% и вновь, шестой год подряд, опередит рост мировой экономики (Сайт «Ассоциации туроператоров» <http://www.atorus.ru/>).

Итоговый показатель-2015 несколько ниже, чем прогнозировалось в начале года – в основном из-за множества региональных инцидентов, повлиявших на экономику туризма во всем мире.

К таким факторам отнесены вспышки МЕРС в Южной Корее и Эболы в Западной Африке, распространение вируса Зика, стихийные бедствия, такие, как землетрясения в Непале и тайфуны на Филиппинах, террористические атаки в Тунисе, Египте, Ливане, Франции и Мали, а также политическая нестабильность и продолжающиеся беспорядки в Украине и Сирии.

По оценкам WTTC, мировой туристический сектор в 2015 году поддержал 283,6 млн. рабочих мест по всему миру, а его доля в мировом хозяйстве составила 9,5%. В связи с непрерывным ростом международных поездок, на 2,9% в этом году увеличился и объем средств, которые потратили иностранные туристы.

По прогнозам Всемирного совета по туризму и путешествиям, сектор туризма в течение ближайших 10 лет обеспечит 11,3 трлн. ВВП мировой экономики и будет поддерживать 355 миллионов рабочих мест по всему миру (Сайт «Ассоциации туроператоров» <http://www.atorus.ru/>).

**Рисунок 2. Динамика показателей мирового туризма, 2009 – 2015 гг.**



Один из основных показателей, характеризующих страну с точки зрения международного туризма является Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма.

Отчет Всемирного экономического форума о конкурентоспособности в секторе туризма и путешествий (WorldEconomicForum’s TravelandTourismCompetitivenessIndex) представляет данные исследования конкурентоспособности 141 страны по 14 ключевым параметрам, среди которых культурные ресурсы, доступная инфраструктура, цена туристических продуктов, уровень безопасности и международная открытость. Данные собираются на основе анкетирования крупнейших международных организаций.

Россия в 2014 году резко улучшила свои позиции в рейтинге стран, привлекательных для туристов, который составляет Всемирный экономический форум (ВЭФ).

Если в 2013 году РФ занимала 63-е место в этом рейтинге, то в 2014 году разместилась на 45-й строчке. Подняться на 18 строчек, отмечает издание, РФ удалось в первую очередь за счет девальвации рубля.

С мая 2014 года по текущий момент стоимость российской валюты по отношению к доллару снизилась на 44%, что сделало поездки в РФ выгодными для иностранных туристов. В итоге подешевело проживание в отелях. В 2013 году ВЭФ называл слишком высокие цены на отдых одной из главных проблем туристического рынка России.

Позиции России в рейтинге стран, привлекательных для туристов, улучшилось также за счет наличия в стране природных и культурных достопримечательностей: по этим направлениям страна занимает 34-е и 21-е места соответственно. Кроме того, консультанты отмечают улучшение в области авиационного сообщения (22-е место в общем списке).

В числе главных проблем, мешающих РФ занять более высокое место в рейтинге привлекательных для туристов стран, составители рейтинга указали слишком жесткие визовые требования для иностранцев (по этому показателю Россия занимает 120-е место), низкий уровень международной открытости (99-е место), неблагоприятный деловой климат (109-е место). По уровню безопасности Россия находится на 126-й строчке в общем рейтинге и соседствует с Мьянмой и Ямайкой.

 В 2015 году Россия занимала 44-е место в рейтинге, набрав 4,08 балла (Газета «Коммерсантъ» <http://www.kommersant.ru/>).

Таким образом, отметим, что, несмотря на ряд трудностей, а также спад темпов роста всей экономики, туризм по-прежнему набирает обороты.

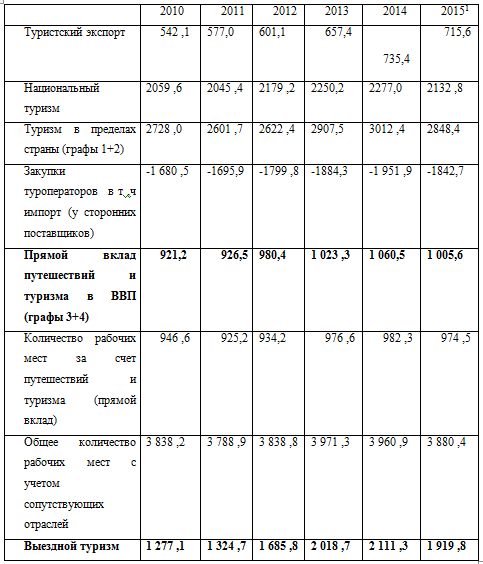
Количество заграничных туристических поездок, совершенных в мире, в 2015 году увеличилось на 6,1% по сравнению с предыдущим годом и достигло 1,309 млрд.

Прогнозируемое к 2020 г. увеличение туристских потоков в мире также указывает на повышение вклада туризма в экономическое развитие. По данным специалистов ЮНВТО, разработавших прогноз «Tourism: 2020 Vision», при среднегодовых темпах роста мирового туризма в размере 4 % к 2020 г. число международных туристских поездок составит 1,6 миллиарда. В том же прогнозе, мировой рынок туризма будет и в дальнейшем быстро развиваться. Ожидается, что к 2020 году число международных прибытий может увеличиться более чем в 2 раза и составить порядка 1,6 млрд. Предположительно, Китай станет ведущим мировым туристским направлением и уверенно займет первое место по числу международных прибытий (137,1 млн.). Следующими по популярности станут США (102,4 млн.), Франция (93,3 млн.), Испания (71,0 млн.) и Гонконг (59,3 млн.)

**Российский рынок туризма и услуг для путешественников (туристских услуг) в 2011-2015 гг.**

Объем российского рынка туризма и сервисов для путешественников поступательно увеличивался на протяжении всего последнего десятилетия до 2014 года.

**Рисунок 3. Экономическая эффективность развития туристского сектора в России в 2010-2014 гг. (в реальных ценах 2014 г., млрд. руб.) и прогноз на 2015 год**



*Источник: Спасибенко Л.Д. «Характеристика рынка туристических услуг в России» Опубликовано в*[*2015*](http://research-journal.org/category/2015/)*,*[*Выпуск Ноябрь 2015*](http://research-journal.org/category/2015/november2015/)*,*[*ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ*](http://research-journal.org/category/economical/)*, Международный научно-исследовательский журнал,* *Интернет-ресурс; http://research-journal.org/*

В настоящее время доля туризма в ВВП России составляет 1,5 процента при среднемировом значении 9,8 процентов. Об этом сообщил глава Ростуризма Олег Сафонов в ходе «правительственного часа» в Госдуме в январе 2016 г. («Парламентская газета» <https://www.pnp.ru/>).

Масштабное падение спроса, изменение курса национальной валюты, банкротства туроператоров и скандалы с обманутыми туристами, изменение вектора отрасли на внутренний туризм с выездного, изменение законодательства — небывалое количество событий кардинально изменили дальнейшее развитие отрасли.

В конце 2014 года участники туристического рынка называли прошедший год самым сложным в истории. «Крах туризма: почему 2014 год оказался роковым для туроператоров» — статьей под таким названием РБК подводил итоги года на рубеже 2015-го. Но в 2016 году выяснилось, что серьезные проблемы в 2014 году только начинались. За весь тот год падение турпотока составило только 4%, а за девять месяцев 2015-го, то есть еще до закрытия Египта и Турции, — превысило 30%. Падение 2015 года — абсолютный рекорд: такого не было ни в кризис 1998 года (минус 19,6%), ни 2009-го (минус 15,7%).

До 2014 года туристический рынок стабильно рос и крупные операторы, рассчитывая на постоянный рост продаж, выстраивали бизнес-модель соответствующим образом — работали с партнерами в долг, иногда продавая туры даже себе в убыток, но компенсировали его последующими продажами и рассчитывались с долгами. Когда в 2014 году отрасль перестала расти, эта схема обрушилась. В июле 2014-го разорилась «Нева», один из старейших и крупнейших туроператоров России, затем о своей несостоятельности объявили «Роза ветров. Мир», «Экспо-тур», «Идеал-тур», «Лабиринт», «Нордик Стар» и другие туристические компании.

Еще одним ударом по рынку в 2015 году стал крах «Трансаэро», которая осенью не смогла обслуживать долг, выросший до 260 млрд. руб., и была остановлена. Авиакомпания была крупнейшем перевозчиком на рынке туристических чартеров: доля «Трансаэро» на всем российском рынке организованного выездного туризма составляла 40%.

Разорившиеся в 2014 году туроператоры причинами своего краха называли падение спроса, увеличение числа самостоятельных путешественников, рост курса валют, ограничение выезда силовиков за границу. В 2015 году все эти тенденции только усилились.

В ноябре 2015 года туроператоры на неопределенный срок потеряли два самых массовых направления — Турцию и Египет. Турция и Египет традиционно были самыми популярными направлениями выездного туризма. За девять месяцев 2015 года эти две страны посетили 4 млн. россиян, или 40% от всех туристов, выехавших за рубеж: 2,4 млн. человек — Турцию, а 1,6 млн. — Египет.

Если ограничения по этим направлениям останутся в силе, выручка выездных туроператоров может в 2016 году сократиться еще в два раза.

Впервые за шесть лет российский рынок авиаперевозок показал отрицательную динамику общего количества авиапассажиров, сообщает Аналитическая служба АТОР. Главный тренд 2015 года – существенное перераспределение авиапассажиров на международных и внутренних авиарейсах.

По итогам периода 2015 года общее количество авиапассажиров по всем типам рейсов сократилось на 1,2%. Последнее сокращение этого показателя наблюдалось по итогам 2009 года, когда динамика составила минус 9,4%. В декабре 2015 года пассажирооборот российских авиакомпаний сократился на 18,8% по сравнению с декабрем 2014 года.

К снижению пассажиропотока российских авиакомпаний привело сразу несколько факторов, считают аналитики АТОР. Один из ключевых – общий экономический спад в России, значительный рост курса доллара и евро по отношению к российскому рублю. Как следствие, сократился объем потребительского рынка. Второй немаловажный фактор – уход с рынка авиакомпании «Трансаэро» (второго по величине перевозчика в России). Наконец, третьим фактором, оказавшим негативное влияние на объем пассажиропотока, стало закрытие полетных программ туроператоров в Турцию и Египет. Два этих направления вместе составляли порядка 40% организованного выездного турпотока из России.

В 2015 году произошло существенное перераспределение авиапассажиров на международных и внутренних авиарейсах: доля международных авиапассажиров за 12 месяцев 2015 года уменьшилась на 7,5%, до показателя 35,1%, а доля пассажиров на внутренних рейсах увеличилась на 7,4%, до показателя 57,1% (Сайт «Ассоциации туроператоров» <http://www.atorus.ru/>).

Выезд за рубеж с целью туризма в 2015 году уменьшился на 31,3% — россияне совершили 12 млн. 107,19 тыс. поездок. До этого года самое большое снижение туристического выезда было в кризисном 1998 году — на 24,4%. Отрицательная динамика также отмечалась в 2014 – на 4%, в 2009 – на 15,5%, в 2001 — на 6,5%, в 1999 – на 15,6%. То есть, падение выезда в 2015 году – самое значительное за последние 18 лет.

По данным Росстата, общий выезд россиян за границу сократился почти на 20%, составив 36,8 млн. поездок. В 2014 году по сравнению с 2013 снижение общего выезда было меньше — 15%.

«Предварительные итоги зимнего туристского сезона 2015-2016 годов показывают, что средний турпоток по стране увеличился на 10%», — сказал О.Сафонов в среду на встрече президента РФ Владимира Путина с членами правительства.

Он заметил, что региональная туристская инфраструктура эффективно используется и заполняется. «Уже началась подготовка к высокому туристскому сезону 2016 года, причем основная задача — предоставить нашим туристам высококачественный и доступный по цене отдых», — отметил он.

Как [**сообщалось**](http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/31491/), на совещании с депутатами фракции «Единая Россия» в Госдуме в январе О.Сафонов отметил, что в 2015 году число путешествующих по России выросло на 18% и составило 50 млн. человек. По его словам, целевые показатели федеральной целевой программы развития туризма до 2018 года — 40 млн. туристических поездок по стране в год — были превышены еще в 2014 году, с опережением на четыре года. (Официальный сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>).

Растущими направлениями на рынке в  2016 году останется внутренний и въездной туризм. Самыми популярными направлениями внутри страны остаются Москва, Санкт-Петербург, Крым и Краснодарский край. В 2016 году рост внутреннего туризма может составить 10-15%, заявила исполнительный директор Ассоциации туроператоров России (АТОР) Майя Ломидзе.

О переориентации на внутренний рынок уже заявляют и крупные туроператоры.

По словам Аллы Маниловой, падение европейского потока компенсировалось ростом въездного туризма из стран Ближнего Востока, стран Юго-Восточной Азии, из КНР, Кореи и других стран, которые прежде не были активными путешественниками в Россию.

«Сказались лояльные визовые режимы со многими из стран, которые уже введены, либо над введением которых мы работаем совместно с МИД. Пример Кореи чрезвычайно показателен. Отменный в 2013 году на взаимной основе визовый режим уже в 2014 году дал нам рост туристов в 70%. Сегодня у нас растет поток туристов из Юго-Восточной Азии. По итогам первой половины текущего года рост по разным странам АСЕАН составил от 40 до 150%» (Сайт «Ассоциации туроператоров» <http://www.atorus.ru/>).

**Основные тенденции развития рынка в 2016 – 2017 гг.**

Туристическая отрасль под влиянием экономической ситуации в стране и мировых геополитических процессов начала меняться необычайно активно, и в 2016 году можно ожидать продолжения и развития этих новых трендов.

Определяющей тенденцией 2016 года, которая будет распространяться, как на выездной, так и на внутренний туризм, должна стать крайняя чувствительность потребительского рынка к ценовым изменениям.

Генеральный секретарь Всемирной туристской организации (ЮНВТО) Талеб Рифаи высоко оценил усилия России по развитию внутреннего туризма. Об этом он заявил в интервью «РИА Новости». «Россия очень хорошо развивает внутренний туризм. Внутренний туризм для нас даже более важен, чем международный туризм, — он более стабильный, и, если что-то происходит в стране, то люди не будут так напуганы, они ведь там живут. Если на международный туризм влияют шоковые ситуации, то на домашний туризм нет», - отметил Талеб Рифаи (Официальный сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>).

Исполнительный директор Ассоциации туроператоров России (АТОР) Майя Ломидзе уверена, что любые экономические и политические колебания будут отражаться на туристическом спросе самым непосредственным образом. При росте стоимости отдыха внутри страны в соответствии с инфляцией в 2016 году спрос вырастет на 10-15%.

«Внутренний туризм – одна из немногих отраслей нашей экономики, которая в условиях кризиса показывает устойчивый рост от 20 до 30%, в зависимости от региона», – отметила исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе на пресс-конференции «Российский туризм: четыре месяца без Турции и Египта», состоявшейся в пресс-центре «АиФ».

По мнению исполнительного директора АТОР, такой результат – наглядное подтверждение того, что в туризме импортозамещение действует. «Разумеется, наибольшим спросом в преддверии летнего сезона, на фоне закрытых для российских туристов Турции и Египта, пользуются туры на черноморское побережье России, – сообщила г-жа Ломидзе. – Однако, основной прирост на внутреннем рынке происходит в сегменте культурно-познавательного туризма. По итогам 2016 года рост внутреннего рынка может составить 10-15%, подчеркну – если экономическая и политическая ситуация останется такой же, как сейчас».

В сентябре 2015 года при Экспертном совете Министерства культуры был создан Комитет по импортозамещению в туризме, цель которого - максимально расширять диапазон туристических возможностей регионов, показать туристам все разнообразие отдыха в нашей стране.

По словам Майи Ломидзе, в Комитет поступило более 80 региональных маршрутов, что является наглядным подтверждением того, какой интерес к развитию туризма есть сегодня в регионах. На данный момент утверждены 11 таких маршрутов – по [Подмосковью](http://www.atorus.ru/subst_import/routes/article/3198.html), [Пензенской](http://www.atorus.ru/subst_import/routes/article/3204.html), [Вологодской](http://www.atorus.ru/subst_import/routes/article/3200.html), Тульской, [Калужской](http://www.atorus.ru/subst_import/routes/article/3143.html), Ярославской областям, в [Белгород](http://www.atorus.ru/subst_import/routes/article/3205.html), Воронеж, [Бурятию](http://www.atorus.ru/subst_import/routes/article/3197.html), [Череповец](http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34783.html). Остальные находятся на рассмотрении Комитета или на доработке в регионах.

В преддверии летнего сезона туристов волнует, насколько могут возрасти цены на российских курортах. «По ценам не все так ужасно, как прогнозировалось в декабре-январе, – с удовлетворением отметила г-жа Ломидзе. – Краснодарский край разумно подошел к ценообразованию, рост составляет около 15%, в Крыму есть «перегибы» до 30-35%, но в отдельных местах, в целом же повышение цен идет в пределах инфляции». Майя Ломидзе подчеркнула, что впервые на внутренних направлениях серьезно обострилась конкуренция между крупными туроператорами, что в итоге приведет к появлению весьма [привлекательных предложений](http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34872.html) для туристов. Она отметила также, что туры, сформированные туроператорами, обойдутся туристам значительно дешевле, чем при самостоятельных поездках на отдых.

Говоря о выездном туризме, исполнительный директор АТОР подчеркнула, что в этом году никто не ожидает увеличения спроса на выездные направления до уровня 2013-14 года. За 2015 год выездной туризм потерял не менее 30% спроса. В этом году, по оценкам туроператоров, [результаты программ раннего бронирования](http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34685.html) превзошли прошлогодние показатели на 20-60, а по некоторым направлениям – до 120%. Как подчеркнула Майя Ломидзе, данные по раннему бронированию не гарантируют, что результат по итогам сезона будет таким же. Но цифры, безусловно, говорят об оживлении рынка.

В 2016 году, по прогнозам АТОР, будут пользоваться спросом такие направления, как Кипр, Греция, Болгария, Израиль, Хорватия, Испания, Италия.

Что касается въездного туризма, благодаря экономической ситуации путешествовать по России стало как никогда выгодно. По итогам 2015 года, въездной турпоток вырос на 5,3%. По данным ЮНВТО, Россия вошла в десятку самых популярных туристических направлений мира. В 2016 году прогнозируется сохранение этого тренда.

В качестве другой тенденции по качеству и разнообразию отдыха эксперты называют сокращение количества выездных каникулярных периодов. Если до недавнего времени люди помимо основных летних месяцев, когда россияне семьями отправлялись к теплым морям, использовали официальные праздники или выходные, чтобы куда-то поехать, то теперь они будут реже устраивать себе короткие каникулы или откажутся от них вообще (Сайт «Ассоциации туроператоров» <http://www.atorus.ru/>).

Разовый рост ВВП на 700 млрд. рублей может дать экономике России переориентирование турпотоков с зарубежных на внутренние направления, такой прогноз сделал на правительственном совещании по вопросам развития внутреннего туризма в России министр культуры Владимир Мединский.

«Сегодня потенциал роста на внутреннем туризме, в связи событиями в Турции и Египте, составляет как минимум 5 млн. человек. Это столько, сколько в этом году посетили эти две туристические страны», – приводит его слова [ТАСС](http://itar-tass.com/).

«В среднем каждый турист тратит 1 тыс. долларов на приобретение путевки и, по разным оценкам, примерно столько же, находясь за рубежом. Таким образом, если мы просто перехватываем этот поток, то общий приток в туристическую отрасль, вообще в экономику страны даст разовое увеличение ВВП на 700 млрд. рублей», – отметил Мединский (ООО Деловая газета «Взгляд» <http://www.vz.ru/>).

Министерство культуры РФ в конце 2015 г. разработало два законопроекта, которые призваны простимулировать рост внутреннего туризма. Как отметила заместитель министра Алла Манилова, «эти законы, которые можно назвать народными, откроют новые возможности для семейного отдыха и для поездок людей с низкими доходами».

По словам замминистра, первый законопроект позволит работодателям, приобретающим своим сотрудникам турпутевки по России в качестве поощрения или социальной помощи, относить эти затраты не на прибыль, а на себестоимость.

Второй законопроект – о налоговом вычете, он позволит гражданину РФ получить 13% подоходного налога с покупки тура по России.

Также Владимир Путин подписал Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» от 02.03.2016 г.

Наиболее серьезные изменения закона касаются организации фонда «Турпомощи». Частично закон регулирует и агентскую деятельность (Сайт «Ассоциации туроператоров» <http://www.atorus.ru/>).

Глава Министерства культуры РФ Владимир Мединский сообщил, что министерство предлагает комплекс из пяти мер по поддержке внутреннего и въездного туризма. Первое – принять ряд законов, повышающих доступность внутреннего въездного туризма для граждан. Второе – разработать меры прямой финансовой поддержки туроператоров по образцам, уже используемым в других странах мира. Третье – создать условия для снижения себестоимости туров по России, в том числе путем субсидирования чартерных пассажирских перевозок по приоритетным для развития туризма направлениям. Четвертое – увеличить инвестиции в развитие туристической инфраструктуры в России. Пятое – перейти к системной поддержке маркетингового национального туристического продукта.

**Поддержка туроператоров**

Как и предлагает Минкультуры, туроператорам по внутреннему туризму будет оказана поддержка. Речь идет о туроператорах, «обеспечивающих увеличение туристического потока на приоритетных туристических маршрутах по Российской Федерации, осуществляющих разработку новых маршрутов, а также формирующих на территории Российской Федерации чартерные туристские перевозки в период «низкого сезона». Глава Минкультуры предлагает предусмотреть выплаты субсидий из федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации туроператорам, обеспечивающим турпоток на приоритетных национальных маршрутах

В Министерстве культуры полагают, что в списке [приоритетных регионов для субсидирования](http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34091.html) отдыха должны быть Ставропольский край, Карачаево-Черкесия (Архыз, Домбай, Теберда), а также Краснодарский край, Крым и Калининградская область. Приоритетными должны также стать Приморье, Бурятия и Камчатка. Разработкой туристических маршрутов и подготовкой их для поступления в линейку продаж российских туроператоров занимается [Комитет по импортозамещению](http://www.atorus.ru/ator/subst_import.html), созданный в Министерстве культуры РФ по инициативе АТОР.

**Устаревшая инфраструктура**

Ряд поручений касаются проблем инфраструктуры. До 15 февраля Минздрав совместно с Роспотребнадзором, Минэкономразвития и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации должны завершить инвентаризацию государственных и муниципальных санаторно-курортных учреждений и о результатах доложить в Правительство Российской Федерации.

До 15 апреля Минкультуры, Ростуризм, Минэкономразвития и Росимущество должны разработать механизм вовлечения неиспользуемых объектов государственной собственности, а также объектов незавершенного строительства в туристскую деятельность и о результатах доложить в Правительство Российской Федерации.

Дмитрий Медведев также поручил ускорить согласование двух нормативных актов, касающихся работы гостиниц. В частности, речь идет о классификации средств размещения (пока «звезды» получили только сочинские объекты, в преддверии Олимпиады-2014), а также о возможности создания частных мини-гостиниц собственниками жилых помещений (без перевода их в нежилые помещения).

**Продвижение**

Последнее, «исключительно туристское» поручение, касается продвижения России за рубежом с целью создания положительного имиджа страны, как привлекательного туристического направления. До 1 марта 2016 года Минкультуры и Ростуризму совместно с Минкомсвязи России и заинтересованными организациями было поручено «разработать комплекс мер, направленных на продвижение российского туристского продукта в российских и зарубежных средствах массовой информации, и представить его в Правительство Российской Федерации».

**Транспорт**

Несколько поручений касаются очень тесно связанной с туризмом отрасли – пассажирских перевозок. Основное направление работы Правительства – удешевление перевозки до мест отдыха туристов.

В настоящее время в России происходит изменение самой структуры экономики, и туризм в этой ситуации может стать локомотивом развития, то есть той отраслью, которая без огромных инвестиций может дать ощутимый экономический эффект, причем на территории всей страны («РИА Новости» <http://ria.ru/>; Журнал «Эксперт» <http://expert.ru/>).

Согласно Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы» в течение 8 лет на развитие туризма в России будет выделено около 100 млрд. рублей. Деньги будут потрачены на самые привлекательные инвестиционные проекты, которые будут реализовываться на территориях с наибольшим туристско-рекреационным потенциалом. Средства будут направляться, в том числе, и на развитие инфраструктуры: строительство дорог, аэропортов, отелей и кемпингов. В 2015 году в рамках реализации ФЦП был введен в эксплуатацию 21 объект обеспечивающей инфраструктуры в 10 регионах и 13 объектов туристской инфраструктуры в 8 субъектах Федерации. Общая площадь номерного фонда введенных объектов составила 353,1 тыс. кв. метров, общее число койко-мест – 35,4 тыс. В 2016 году планируется строительство  32 объектов обеспечивающей инфраструктуры, из них 17 новых и 15 переходящих (Официальный сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>).

Национальная [ассоциаци](http://www.trn-news.ru/associations)я по развитию туризма INNOVATION RUSSIA сформулировала стратегические цели для российской туристической индустрии, поставив задачу к 2020 году - довести въездной [туристический поток](http://www.trn-news.ru/tags/418) в Российскую Федерацию до 70 миллионов, что означало бы огромный прирост по сравнению с 27.5 миллионов туристов, посетивших страну в 2014 году.

В концепции Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г. № 1230-р, отмечено: «В России существует большой потенциал для развития активного туризма (горнолыжный, пешеходный, водный, горный, велотуризм, парусный, конный). В то время как одни регионы Южного, Северо-Кавказского, Уральского, Сибирского, Приволжского и Дальневосточного федеральных округов на сегодняшний день уже являются крупными горнолыжными курортами, другие обладают большими перспективами с точки зрения развития активного туризма. Темпы развития этого направления очень высоки, что позволяет прогнозировать дальнейшее активное развитие как горнолыжного, так и других видов активного туризма».

Федеральный Координационный Совет профессиональных и общественных туристических объединений России также в декабре 2015 г. выступил с заявлением о перспективах роста внутреннего и въездного туризма. Для продолжения роста внутреннего и въездного туризма в 2016 году следует принять неотложные решения по развитию необходимой туристической инфраструктуры, снять административные барьеры и активнее популяризировать отечественный туристический потенциал внутри страны и за рубежом.

**В сфере внутреннего туризма необходимо:**

* Создать города и территории опережающего туристического развития для внедрения в них инновационных турпродуктов и дальнейшей мультипликации в регионах.
* Принять Федеральную Целевую Программу по созданию в 2016-2020 годах 1 миллиона мест в коллективных средствах размещения на базе новых 5-7 тысяч отелей категорий 2 -3 звезд при установлении для них НДС в 10%.
* Внести изменения в Налоговый Кодекс РФ о направлении налогов, поступающих от туристических услуг в регионы и муниципалитеты, производящие данные услуги, для развития туризма на местах.
* Разрешить гражданам расходовать средства, накапливаемые на персональных счетах (картах) обязательного медицинского страхования ОМС, на оплату туристических поездок внутри России.
* Создать общественные советы по развитию внутреннего туризма в федеральных округах, в субъектах Федерации в муниципальных образованиях с участием властей турбизнеса для эффективного взаимодействия при разработке и реализации соответствующих программ и планов.

**В сфере въездного туризма необходимо:**

* Ввести въездные электронные визы, допустив их бесплатное оформление для туристических групп, иностранных участников культурных и спортивных мероприятий, научных и молодежных обменов, для детей и пожилых людей.
* Принять федеральный стандарт единого оформления туристических указателей.
* Открыть мультиязычный колл-центр правовой помощи иностранным туристам.
* Наладить активное взаимодействие с международными туристическими организациями для обмена опытом по продвижению турпродуктов РФ в странах и регионах, являющихся основными донорами въездного турпотока.

Для более четкой координации деятельности всех заинтересованных структур понадобится переформатирование органов государственного управления в сфере туризма (сайт «Альянса Туристических Агентств» <http://www.atarussia.ru/>).

**Горнолыжный туризм.**

С начала 1930-х гг. открылась новая эра в развитии горных лыж - они становятся популярным видом массового отдыха и туризма. Горнолыжный бум был вызван появлением канатных дорог - подъемников. Стремительное развитие туризма, организация массового отдыха горнолыжников, обеспечение необходимого при этом комфорта привели к созданию в ряде развитых стран целой индустрии зимнего отдыха, занявшей ведущие позиции в национальной экономике. Современный горнолыжный центр включает гостиничные комплексы, систему маятниковых, канатно-кресельных и буксировочных дорог - подъемников, трассы спусков различной протяженности и сложности, учебные склоны, службу трасс и контрольно-спасательную службу, спортивные организации и сооружения, магазины, пункты проката спортинвентаря, горнолыжные школы.

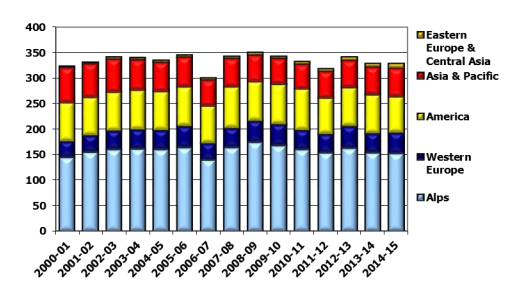
Разнообразны формы горнолыжного катания и туризма. Любители горных лыж устремляются в горнолыжные центры малых и больших гор. С помощью подъемников туристы накатывают за день многие десятки километров спусков. Такой объем тренировочных нагрузок недостижим при других занятиях физкультурой. Некоторые, самые опытные, любители путешествий в поисках романтики и острых ощущений направляются в отдаленные горные районы, чтобы спуститься в сложных, незнакомых и порой экстремальных условиях по ледникам, ущельям, в лесных массивах по не проложенным еще маршрутам.

Горнолыжный туризм - ярко выраженный сезонный вид туризма. По созданию турпродукта горнолыжный туризм относится к капиталоемким и трудоемким видам туризма. Данный вид туризма имеет целый ряд особенностей, отличающих его от других видов. Прежде всего, необходимо отметить особенности средств размещения в горнолыжном туризме. Размещение предусмотрено в специализированных гостиницах типа горных шале, архитектурно вписанных в окружающий пейзаж. Вблизи гостиниц обязательно наличие подъемников. Подъемники делятся на несколько типов: бугельные, кресельные, кабинные, гондольные. Гостиницы расположены вблизи горнолыжных трасс. По степени сложности трассы делятся на зеленые, синие, красные, черные. В горнолыжном туризме большую роль в стоимостном отношении играет ассортимент дополнительных услуг: услуги инструктора, прокат снаряжения, skipass. Особое значение для горнолыжного туризма имеет медицинское страхование. Как правило, страховая премия в 2,5 раза больше, чем при обычных видах туризма. Несмотря на то, что горнолыжный туризм относится к достаточно дорогим видам туризма, с каждым годом растет число туристов, увлекающихся данным видом.

В мире существует примерно 80 стран, располагающих доступными для туристов зонами для катания на горных лыжах. На долю 56 стран приходится 99,6% рынка горнолыжного туризма. В настоящее время в мире существует примерно 2 000 действующих горнолыжных курортов. Рынок совокупно предлагает примерно 6 миллионов койко-мест в горных районах. Большинство из них сосредоточены на развитых горнолыжных рынках, на территории которых ежегодно фиксируется большое количество посетителей-горнолыжников.

Более трети горнолыжных курортов мира расположены в Альпах, более половины горнолыжных курортов мира расположены в Европе.

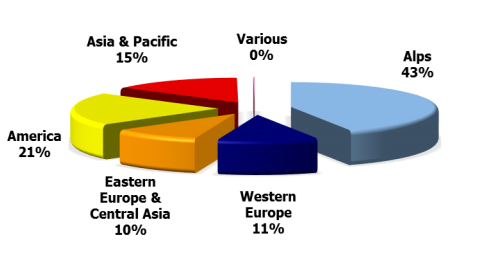
**Рисунок 4. Посещение горнолыжных курортов в мире по регионам за 15 лет**



***Источник****: Международный отчет по горному туризму 2016 г.. Интернет-ресурс;* [*http://www.vanat.ch/*](http://www.vanat.ch/)

На долю Альп, крупнейшего горнолыжного сектора в мире, приходится 43% посещений. Второй по количеству посещений является Америка (в основном Северная Америка), на долю которой приходится 21%. Азия и Тихоокеанский регион могли бы иметь такую ​​же долю рынка, как Америка, однако на рост горнолыжного сектора Южной Кори и Китае оказывает негативное влияние промышленный спад в Японии. В долгосрочной перспективе, такие страны, как Индия и Пакистан могут участвовать в рейтинге и способствовать повышению веса Азии в международном распространении посещений лыжников. Западноевропейские страны, не входящие в альпийский сектор, привлекают 11% рынка.

**Рисунок 5. Распределение горнолыжных посещений в мире**



***Источник****: Международный отчет по горному туризму 2016 г.. Интернет-ресурс;* [*http://www.vanat.ch/*](http://www.vanat.ch/)

Общее количество лыжников во всем мире в настоящее время оценивается в 115 млн. человек и растет в долгосрочной перспективе. Хотя некоторые страны не имеют горнолыжные курорты, там проживает значительное количество горнолыжников, выезжающих за рубеж. Альпы принимают 43% лыжников в мире, но на территории сектора проживает только 15%. Суммарно в регионах Восточной Европы и Азии и Тихого океана проживает 33% лыжников по всему миру, но на их долю приходится 26% посещений. Эти регионы представляют будущий потенциал роста рынка. За исключением одного курорта в Канаде, все новые курорты были созданы не на традиционных рынках. Вполне вероятно, что в ближайшем десятилетии будут расти Восточноевропейские и Азиатские рынки. Они могут в конечном итоге сравниться с другими крупными регионами по посещениям лыжников к 2020 году. А число посещений может увеличиться до более 420 млн. человек к этому году.

Горнолыжный туризм является одним из популярных видов отдыха российских граждан. В нашей стране официально действует более 200 горнолыжных центров и комплексов, причем объем инвестиций в эту сферу за последнее время существенно увеличился. Большое влияние на развитие горнолыжного туризма оказало проведение XXII Зимних Олимпийских игр в Сочи. В настоящее время горнолыжные комплексы функционируют в 38 субъектах РФ. «Согласно статистике, на лыжах или сноуборде «стоит» около 2,5% населения России – 3,6 млн. человек. Их количество ежегодно увеличивается, и, по оценкам аналитиков, потенциально этот показатель может вырасти к 2025 г. до 8% – это более 11,2 млн. человек» - сказал генеральный директор АО «КСК» Олег Горчев.

Перспективы развития зимнего туризма в России и странах СНГ обсудили в феврале 2016 года участники круглого стола, организованного Общественной палатой России совместно с «Парламентской газетой».

На горнолыжных курортах России создана инфраструктура, которая мало уступает классической альпийской.

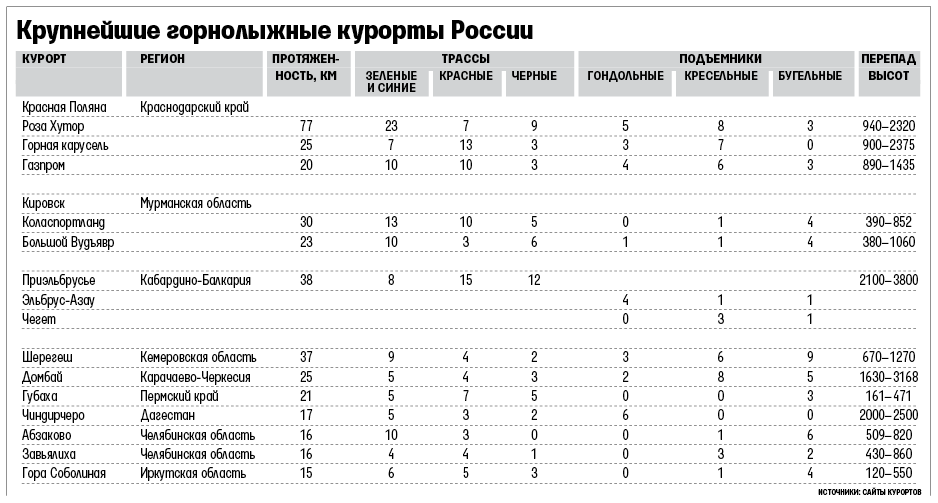
«Нам есть чем заменить Альпы — это Кавказ. Ресурсы для этого имеются, возможности есть, наши люди могут ехать туда и спокойно отдыхать», — отметил член Общественной палаты, директор Института политических исследований Сергей Марков.

Наряду с повышением качества инфраструктуры, возрастает и интерес жителей России к зимним видам спорта. «Формирование здорового образа жизни и растущий спрос на горнолыжный отдых позволяют прогнозировать развитие горнолыжного туризма и других видов зимнего туризма. Потенциальное увеличение количества россиян, увлекающихся зимними видами отдыха, на наш взгляд, оценивается в 2,5 миллиона человек ежегодно», — рассказал заместитель руководителя Федерального агентства по туризму Николай Королев. В числе основных точек притяжения туристов — любителей горных лыж, представитель Ростуризма назвал Кавказ и Урал.

Идею о том, что отдых на европейских зимних курортах могут заменить российские туристско-рекреационные зоны, поддержала депутат Госдумы от Ставропольского края Ольга Казакова, отметившая, что большим спросом у соотечественников сейчас пользуются всесезонный горнолыжный курорт «Архыз» и курорты Красной Поляны.

Эксперты, принявшие участие в дискуссии, выразили убежденность, что возможности зимнего спорта и отдыха в России и странах СНГ нужно использовать, активнее привлекая туристические потоки (сайт ВТРК Архыз <http://arhyz-resort.ru/>).

**Рисунок 6. Крупнейшие горнолыжные курорты России**



***Источник****: Газета «Ведомости». Интернет-ресурс;* [*http://www.vedomosti.ru/*](http://www.vedomosti.ru/)

Анализ рынка туристических услуг на Домбае и Приэльбрусье показывает, что прирост количества туристов составляет 13-14% в год. Их поток постоянно увеличивается. В ближайшие годы, можно рассчитывать на еще больший рост объема спроса на горнолыжные курорты и гостиничные услуги, в том числе благодаря проведению Олимпийских игр в Сочи («Креативная экономика». <http://www.creativeconomy.ru/>).

По мнению туроператоров, основным трендом зимнего сезона 2015-2016 гг. стал курс на бюджетный выбор. Популярные европейские направления сохранили свою премиальную аудиторию, а вот количество туристов со средним доходом уменьшилось. В фаворитах у россиян горнолыжные курорты Сочи, Италии и Франции, Болгарии и Андорры.

Безусловным лидером предпочтений россиян при выборе горнолыжного отдыха на родных просторах этой зимой стал Сочи. «Наиболее востребованы туры на курорт Красная Поляна – в отели и апартаменты, продолжительность 3-4 ночи, средняя стоимость от 11 тыс. руб. на человека», – рассказали в [TUI](http://www.atorus.ru/companies/company/14.html) Россия.

В линейке туров [«Натали Турс»](http://www.atorus.ru/companies/company/30.html) спросом пользовались курорты Красная Поляна, Горки Город и Роза Хутор: «Самая распространенная продолжительность таких туров 8-10 дней, средний чек составил 75-80 тыс. рублей с человека (отель 4\* с завтраком и ски-пассом)».

В [Coral Travel](http://www.atorus.ru/companies/company/24.html) Красная Поляна лидирует среди горнолыжных направлений два года подряд, сообщила Марина Макаркова, руководитель отдела по связям с общественностью. За 7-дневный тур средний чек путевки составлял 23,5 тыс. рублей на человека. В этом сезоне туроператор добавил к своей линейке предложения по турам в Домбай, Приэльбрусье и Шерегеш. «Самый востребованный – Домбай, – отмечает г-жа Макаркова. – На 4 дня путевка без перелета стоила в среднем 15,5 тыс. рублей». Глубина продаж по всем направлениям составляла, в среднем, 45-50 дней.

По данным пресс-службы [«Национального туроператора АЛЕАН»](http://www.atorus.ru/companies/company/9.html), помимо лидирующего Сочи, активный поток туристов отмечен на курорты Башкирии – Абзаково и Банное. Третье место разделяют Домбай и Приэльбрусье. А в странах ближнего зарубежья первенство принадлежит Грузии. «С каждым годом все больше наших клиентов выбирают горнолыжный курорт Гудаури», – рассказали в «Алеане». Средний чек в этом году составил 40 тыс. рублей на двоих, при продолжительности отдыха, в среднем, 7 дней (Сайт «Ассоциации туроператоров» <http://www.atorus.ru/>).

**Перспективы развития горнолыжного туризма в Карачаево-Черкесии.**

Оценивая потенциал курортов Северного Кавказа, руководитель Федерального агентства по туризму Александр Радьков заявил, что «сейчас спрос на горнолыжные курорты в России существенно превышает предложение. Северный Кавказ- перспективный регион для развития, в том числе, и горнолыжного туризма. Но надо решать два основных вопроса: инфраструктура и безопасность. Инфраструктура на сегодняшний момент слабая. Нужно решать вопрос развития самих горнолыжных комплексов, строительства современных трасс, гостиниц. Вопросы транспортной доступности нужно решать, потому что до некоторых горнолыжных комплексов не очень удобно добираться. Вопросы решаемы. В целом ситуация имеет очень хорошую динамику нормализации на Северном Кавказе. Я уверен, что эти курорты будут развиваться, и в перспективе станут серьезной точкой роста туризма в РФ» («Вестник Кавказа» http://www.vestikavkaza.ru//).

«[Кавказский узел](http://kavkaz-uzel.ru/)» сообщал, что в 2010 году в Карачаево-Черкесии [была принята концепция развития туризма до 2015 года](http://www.kavkaz-uzel.ru/articles/172925/), определяющая шесть горно-рекреационных зон, которые могут стать туристическими центрами с развитой транспортной инфраструктурой.

В концепции учтено, что, благодаря разнообразию природных и историко-археологических ресурсов, в КЧР можно развивать разнообразные виды туризма и рекреации: лечебный, спортивный, рекреационный, познавательный. Сейчас в Карачаево-Черкесии наиболее распространены горно-пешеходный, водный, конный и горнолыжный виды туризма.

Карачаево-Черкесия в ходе проходившей в марте 2011 г. в Москве международной туристской выставки «Интурмаркет» подписала единое соглашение о сотрудничестве в сфере туризма со всеми субъектами Северо-Кавказского федерального округа.

По информации пресс-службы главы республики, принятый 19 марта 2011 г. документ «не только открывает возможности для более эффективного взаимодействия между соседними регионами в деле создания крупнейшего в России курортного кластера, но и способствует дальнейшему укреплению дружеских и добрососедских отношений в общем кавказском доме».

Кроме того, делегация Карачаево-Черкесии подписала предварительную договоренность о стратегическом партнерстве с одним из лидеров в разработке систем автоматизации для международного туризма - компанией «САМО-Софт».

«Карачаево-Черкесия станет первым регионом в России, внедрившим единую систему автоматизации учета и продаж всех региональных туруслуг, которая объединит в одну сеть сразу несколько курортов Кавказа и откроет абсолютно новые возможности, как для нескольких тысяч туристических компаний, так и для миллионов путешественников, не представляющих свою жизнь без современных IT-технологий», -  отметили в пресс-службе («Кавказский узел» <http://www.kavkaz-uzel.ru/>).

Туристический поток в регионы Северного Кавказа по итогам 2015 года более чем в два раза превысил результаты 2014 года, сообщает в пятницу сайт Ростуризма.

«Если в 2014 году турпоток составил 1,2 млн. человек, то по итогам 2015 года он достиг 2,7 млн. человек», — говорится в сообщении ведомства Интерфакс-Туризм.

По данным пресс-службы Ростуризма, на рабочем совещании по проекту развития туротрасли в регионах Кавказа, которое прошло под председательством министра по делам Северного Кавказа Льва Кузнецова, отмечалось, что туристический потенциал там пока не реализован в полной мере. По предварительным оценкам, Северный Кавказ может принимать ежегодно до 10 млн. туристов.

«Ожидаем, что туристический поток по итогам зимнего сезона 2015-2016 годов вырастет на 50% по сравнению с предыдущим 2014-2015 годов и составит 350 тыс. туристов», — приводятся в сообщении слова председателя Совета директоров «КСК» Андрея Резникова.

По его данным, плановый показатель 2015 года без учета посещаемости этой зимой был превышен на 11%.

Как сообщили ИА REGNUM 9 декабря 2015 года в пресс-службе главы и правительства региона, ожидается, что до конца 2015 года число туристов достигнет до одного миллиона человек. Даже с учетом нынешних показателей число гостей республики в нынешнем году по сравнению с 2014 годом выросло на 40%. За два года турпоток в республике вырос более чем в 2 раза: за 2013 год КЧР посетили 470 тыс. человек (Официальный сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>).

Как ранее сообщало ИА REGNUM , Карачаево-Черкесия заняла в рейтинге привлекательности для туристов 48 место, набрав 36,1 балла. Жители России оценивали курорты региона по уровню развития туристического бизнеса, популярности региона у россиян и иностранцев, рейтингу находящихся в регионе достопримечательностей и курортов. Учитывались также экологическая и криминогенная ситуация в регионе, развитость транспортной, социальной и культурной инфраструктуры. При этом, по мнению автора «Национального туристического рейтинга», составленного по итогам исследования Центра информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России», то, что курорты Домбай и Архыз пользуются заслуженной популярностью у многих туристов, а республика оказалась далеко не на первых местах рейтинга связано с тем, что месторасположение этих курортов не всегда ассоциируется с республикой Карачаево-Черкесией (сайт ВТРК Архыз <http://arhyz-resort.ru/>).

**Всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Архыз».**

Располагая значительным выбором склонов и развитой системой подъёмников, а также – привлекательным перепадом высот, Архыз способен привлечь различные группы туристов. Принимая во внимание обширную территорию курорта, на его базе существует возможность обеспечить размещение различных привлекательных для посетителей объектов, без необходимости концентрироваться на каком-то одном направлении.

Одной из наиболее явных особенностей Архыза и региона, в котором он расположен, заключается в том, что большинству людей он известен своей минеральной водой (торговая марка «Архыз»). Это даёт курорту возможность рекламировать себя как экологически чистое место, и зону отдыха с прекрасным выбором зимних видов спорта, а также – иных спортивных мероприятий, даже несмотря на отсутствие минеральных источников для купания.

На восприятие курорта благоприятным образом влияет общее представление о данной территории, и о наименовании «Архыз». Аналогично курорту «Бад-Гастайн» в Австрии, разнообразие видов развлечений на курорте позволяет семьям или группам посетителей удовлетворить запросы всех членов группы даже в том случае, если они оказываются различными. Данная концепция работает как для зимнего, так и для летнего периода.

Реклама курорта как развлекательно-оздоровительного комплекса привлечёт повышенный, чем на других курортах, процент пожилых людей, а это означает, что в отдельных зонах курорта следует поддерживать покой и более высокий уровень внешней привлекательности, поскольку пожилые люди обычно воспринимают отдых целостным образом, тогда как более молодое поколение концентрируется на спортивных развлечениях. С учётом широкого спектра развлечений на данном курорте, а также – обеспечиваемой им атмосферы отдыха, цены могут варьироваться от среднего до более высокого уровня.

ВТРК «Архыз» расположен недалеко от уникального Тебердинского заповедника, расположенного у подножия Большого Кавказского хребта.

Курорт является пилотной площадкой туристического кластера, создаваемого в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея под управлением ОАО «КСК». В горнолыжном сезоне 2015-2016 гг. на «Архыз» работали три отеля, сервис-центр, рестораны и кафе, ледовый каток, три подъемника и семь горнолыжных трасс различных категорий сложности. Инфраструктура курорта сможет обслуживать до 5 тысяч человек в день, рост составит 56% к показателю сезона 2014-2015 (сайт ВТРК Архыз <http://arhyz-resort.ru/>).

На «Архызе» по итогам сезона 2014-2015 гг. был зафиксирован рост числа посетителей почти в 3 раза по сравнению с сезоном 2013-2014 гг. — с 35 до 100 тысяч туристов.

По итогам горнолыжного сезона 2015/2016 гг. на всесезонном курорте [«Архыз](http://arhyz-resort.ru/)» в Карачаево-Черкесии отдохнули порядка 130 тыс. человек, сообщили порталу «Интерфакс-Туризм» в пресс-службе компании «[Курорты Северного Кавказа](http://www.ncrc.ru/)».

Услугами канатных дорог курорта воспользовались 115 тыс. посетителей, что на 30% больше, чем прошлой зимой.

«Таким образом, в течение сезона сохранилась динамика посещения, заданная на новогодних праздниках, когда рост турпотока составил порядка 30-35% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года», — пояснили в компании.

Более 90% туристов, побывавших на курортах Северного Кавказа, планировали вернуться на них в новом горнолыжном сезоне. Как сообщили корреспонденту инфогруппы «ТУРПРОМ» в пресс-службе КСК, эти данные получены в ходе социологического опроса, проведенного исследовательским холдингом «Ромир» в феврале 2015 года. Так,  о желании вернуться на курорт в следующем сезоне заявили 98% респондентов на всесезонном туристско-рекреационном комплексе «[Архыз](http://www.tourprom.ru/country/russia/arhyz/)». Исследование также показало высокий уровень удовлетворенности отдыхающих курортами Северо-Кавказского туристического кластера — в среднем он составляет 80-90% по разным характеристикам.

На ВТРК «Архыз» для катания на горных лыжах и сноуборде приезжает 73% туристов, тогда как почти четверть всех отдыхающих составляют семейные туристы и туристы с детьми. При этом независимо от цели визита туристы высоко оценивают удобство курорта «Архыз» для спокойного отдыха в кругу семьи, свыше 94% удовлетворены условиями для посещения курорта с детьми. Также ключевыми преимуществами «Архыза» респонденты называют наличие условий для катания детей и начинающих лыжников, дружелюбность и клиенто-ориентированный подход персонала курорта, высокое качество подготовки трасс и приемлемую стоимость отдыха на курорте, в том числе - наличие семейного ски-пасса.

* 1. Основные потребительские группы и их территориальное расположение

**Увеличение спроса внутри страны**

Как было отмечено в предыдущем разделе, на фоне девальвации рубля, снижения доходов населения, закрытия в ноябре 2015 г. Турции и Египта, банкротства крупнейшей чартерной авиакомпании «Трансаэро», введенных рядом зарубежных стран санкций в России активно развивается внутренний туризм. Число операторов на этом рынке увеличилось на четверть.

Аналитики прогнозируют рост спроса на внутренний туризм в 2016 году на 10-15%.

Существующий спрос (общая численность горнолыжников и сноубордистов) в России растёт быстрее, чем в среднем в мире – катание на горных лыжах и сноубордах каждый год становится всё более и более популярным. По данным Российского федерального агентства по туризму за 2012 год, общая численность горнолыжников в России оценивается в 3,5 – 3,8 миллионов человек (2,5% от общего населения страны). Самый высокий уровень роста численности горнолыжников был зафиксирован в 2000 г., параллельно с ростом личных доходов.

По мере того, как ряд основных горнолыжных курортов и горнолыжное оборудование становятся более доступными для более широких масс населения, ожидается, что количество любителей горных лыж в России будет расти примерно на 5-7% в год. Одновременно в сегменте сноубординга, который составляет примерно 20% от общего количества горнолыжников, ожидается гораздо более активный рост, примерно на 10-15% в год.

Кроме того, в настоящее время отмечаются нижеследующие **тенденции спроса:**

* Одной из основных тенденций внутреннего туризма в 2015 году стала переориентация с самостоятельного туризма, который традиционно составлял в прошлые годы до 80% от общего потока, на организованный туризм. В среднем прирост спроса на внутренние направления составляет от 3 до 15%, в зависимости от региона;
* Увеличиваются продажи туров в нижнем и среднем ценовых сегментах за счёт трёх нижеследующих факторов и групп:
  + Туристов, чей доход вырос, и которые начали тратить больше денег на отдых;
  + Туристов, которые ранее приобретали дорогостоящие туры, но теперь, получив больше информации (о возможностях, ценах и вариантах проживания), пытаются экономить средства;
  + Роста популярности горнолыжного спорта среди молодёжи, которые зачастую выбирают дешёвые туры и поездки;
* Потребность в гостиничных номерах-апартаментах растёт (особенно среди туристов, которые путешествуют компаниями), поскольку апартаменты позволяют экономить на питании при сохранении возможности посещения кафе и ресторанов;
* Доступность прямых рейсов (без пересадки в Москве) из крупных российских городов до аэропортов рядом с горнолыжными курортами (как российскими, так и зарубежными) поощряет спрос.

По данным Исследования рынка и позиционирование горнолыжных курортов Северного Кавказа (Эрнст энд Янг, 2012), обычно российские туристы предпочитают, чтобы оставаться на более длительный срок (неделя или дольше), достаточно ограниченный круг российских курортов (таких, как «Красная Поляна», «Эльбрус», «Домбай», «Абзаково», «Шерегеш» и другие), последующим причинам:

* Возможность сэкономить (на проживании, питании или иных расходах) в случае получения минимально комфортных условий и обслуживания.
* Не требуется получать иностранный паспорт и визу (более простая и дешёвая организация, либо имеет значение для лиц, возможность которых по посещению иностранных государств ограничены в связи с их профессиональной деятельностью).
* Отсутствие языкового барьера.
* Возможность добраться на автомобиле.
* Отличные возможности для горнолыжного спорта.

В соответствии с заключением экспертов из числа московских профессионалов в сфере туризма, 75% туристов-горнолыжников из Москвы предпочитали выезжать в Европу, 25% предпочитают российские курорты. Однако по итогам сезона 2015-2016 можно делать выводы, что это соотношение существенно изменилось.

В Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 г. отмечается, что «несмотря на значимые конкурентные преимущества для развития туристической отрасли на территории Северного Кавказа, определяемые, прежде всего, уникальным сочетанием природно-климатических и культурно-исторических особенностей региона, отрасль туризма в субъектах Российской Федерации, входящих в СКФО, развита недостаточно: большая часть туристов (до 90%) приходится на российских граждан из близлежащих регионов, доля туризма в ВРП СКФО не превосходит 2%, а доля всего региона в туристической отрасли России составляет всего около 6%» (Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года, 2010 г.).

В целом по региону Северного Кавказа объем туристских услуг за 2014 г. составил 4 611,9 млн. руб., за 2015 г. – 5 031,4 млн. руб. На сегодняшний день наибольший поток туристов в регион Северного Кавказа обеспечивается за счет российских граждан. Так, количество российских посетителей из других регионов, прибывающих с целью туризма, за тот же 2014 г. в среднем в СКФО составило 1 146,7 тыс. человек, тогда как количество въезжающих с целью туризма иностранных граждан на территорию СКФО составило 43,3 тыс. человек. В 2015 году эти показатели составили 1 303,2 тыс. и 67,1 тыс. человек (Официальная статистика на сайте Ростуризма [http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/](http://www.russiatourism.ru/rubriki/%20)).

Основными потенциальными потребителями туристических услуг являются жители КЧР, КБР, Республики Дагестан, Чеченской республики, Ставропольского края. Предполагается, что незначительный спрос будет наблюдаться со стороны жителей столичного региона и ряда крупных городов.

За три месяца горнолыжного сезона 2014-2015 «Роза Хутор» приняла более 500 000 катающихся (считаются по количеству проданных скипассов), «Горки город» – около 200 000 человек, «Газпром» и «Альпика сервис» – около 135 000 человек (данные мэрии Сочи и компаний). Таким образом, олимпийская столица – 2014 стала вторым по популярности горнолыжным направлением России.

Первое место удерживает Шерегеш в Кемеровской области. Его посетило свыше миллиона катающихся. Курорт «Охта-парк» в Санкт-Петербурге ежегодно посещает около 300 000 человек, в Москве и Подмосковье, где оборудованы десятки горнолыжных склонов, ежегодно катается около 1 млн. человек, в Санкт-Петербурге и Ленобласти – около 800 000 человек (данные портала skiexpo.ru). Набирает популярность северокавказское направление: в сезоне 2014-2015 курорт «Архыз» в Карачаево-Черкесии посетили 100 000 человек. В Приэльбрусье в Кабардино-Балкарии с конца декабря 2014 по март 2015 года было продано 140 000 скипассов.

**Сегментация спроса**

На основании результатов исследований, спрос может быть разделён на следующие основные сегменты.

**1. Молодёжь**

Типичным представителями данной группы являются студенты или недавние выпускники колледжей и университетов в возрасте от 18 до 25 лет. Они обычно путешествуют достаточно большими дружескими компаниями, которые могут достигать 30 человек. Средняя продолжительность их проживания на курорте сильно различается – от 2-дневного проживания в течение уикенда – до 2-недельных каникул, но в основном речь идёт о посещении местных курортов на выходные несколько раз в год. Основными факторами, которые влияют на выбор курорта, являются:

* Максимально низкие транспортные расходы. Молодёжь зачастую не имеет хорошо оплачиваемой работы, что существенным образом сокращает их бюджет на отдых. Хотя это и не является безусловным правилом, поскольку существует так называемая «золотая молодёжь», или богатые (чаще всего по причине обеспеченности родителей) молодые люди, которые, тем не менее, предпочитают путешествовать с большими компаниями, поэтому выбирают курорт с уровнем цен, приемлемым для всех членов группы.
* Уровень качества условий для горнолыжного спорта. К ним относятся качество и разнообразие склонов, наличие сноупарков, количество и качество горнолыжных подъёмников.
* Отдых после занятий горными лыжами. Молодёжь является основными клиентами ночных клубов, баров, круглосуточных ресторанов и кафе на курортах.
* Особо не беспокоятся о качестве услуг и проживания. Молодёжи в значительной степени не требуется условий для проживания высокого качества, поскольку они проводят большинство времени либо на улице, либо в кафе, барах, ночных клубах и так далее.

**2. Семьи с детьми**

Как правило, речь идёт о лицах в возрасте от 25 до 50 лет с детьми до 14 лет. Они обычно путешествуют семьёй, реже – двумя семьями друзей, в составе группы от 2 до 8 человек. Средняя продолжительность их нахождения на курорте составляет от 7 до 14 дней, они обычно посещают горнолыжный курорт не чаще одного раза в год, при этом они заинтересованы возвращаться на ранее посещённый курорт, если он им подошёл. В связи с недостатком времени они предпочитают посещать европейские курорты как более комфортабельные, и гарантирующие отличные впечатления от отдыха. Основными факторами, которые они учитывают при выборе курорта, являются следующие:

* Доступность места расположения курорта. По причине более высокого социального статуса они, как правило, требуют более высокий уровень комфорта при путешествии. Поэтому данная группа проявляет интерес к длительности перелёта до курорта, времени поездки от аэропорта, наличию возможности прямого перелёта, и так далее.
* Услуги для детей. Семьи обычно сосредоточивают основное внимание на тех предлагаемых курортом мероприятиях, в которых могут принять участие их дети. К таким относятся: школы по обучению горным лыжам, отдельные учебные трассы, индивидуальные инструкторы, специальные детские учебные группы, развлечения для детей.
* Качество размещения в номерах. Семьям зачастую требуется более высокое качество номеров на курорте, поскольку они обычно тратят на курорте значительные суммы денежных средств, и требуют в ответ высокого уровня комфорта. Кроме того, у них имеются особые требования, например, наличие кухни по месту проживания для приготовления питания для детей, а также – близость расположения горнолыжных подъёмников.
* Значительное разнообразие предлагаемых услуг. Несмотря на то, что семьи обычно путешествуют вместе, некоторым членам семьи горные лыжи могут не нравится. На такие случаи необходимо обеспечить наличие спа, бассейнов, бань, магазинов, экскурсий, иных спортивных и развлекательных мероприятий.

**3. Любители горных лыж и спортсмены**

Это, как правило, лица в возрасте от 25 до 50 лет, которые предпочитают горные лыжи любому другому виду зимнего отдыха. Они обычно путешествуют в компаниях друзей от 2 до 8 человек, и остаются на максимальный срок от 7 до 21 дня. Они охотно исследуют самые сложные и опасные трассы курорта, но после того, как все трассы оказываются изученными, вероятность их возвращения на курорт снижается. Они в равной степени относятся к курортам Кавказа, Индии или Европы с точки зрения экстремального горнолыжного спорта, поскольку именно это их и интересует. Основными факторами, влияющими на их выбор, являются:

* Качество и сложность трасс. Данная группа высоко ценит «чёрные» трассы, и возможность фрирайда. Представителей данной группы также привлекает перепад высот, максимальный угол склона, значительная общая длина трассы, и тому подобные показатели.
* Услуги и инфраструктура для горных лыж. Аренда и обслуживание горных лыж, стоимость абонемента на трассу (skipass), а также – услуги, связанные с экстремальным горнолыжным спортом, например, хели-ски, являются для энтузиастов данного вида спорта крайне важными. Кроме того, несмотря на их готовность рисковать на склонах, они уделяют серьёзное внимание службам обеспечения безопасности, и уровню медицинских услуг на курорте.

**4. Лица среднего и пожилого возраста**

Данная группа выше всего ценит комфорт, их возраст составляет от 45 до 70 лет. Лица из данной группы путешествуют в основном по европейским курортам высокого качества группами от 2 до 6 человек, обычно – с семьями или друзьями. В связи с устойчивым финансовым положением, располагая поддержкой со стороны своих повзрослевших детей, они в состоянии позволить себе бывать на горнолыжных курортах более часто, до 3 раз за сезон. Они обычно возвращаются на те курорты, где им больше всего понравилось, или в те места, которые они посещали, когда были моложе. Больше всего их привлекает:

* Разнообразие видов развлечений и медицинских услуг. По причине своего возраста, они начинают больше заботиться о собственном здоровье.
* Менее оживлённые курорты. Лица среднего и пожилого возраста обычно не любят шумные туристские центры и студенческие курорты, предпочитая менее известные и более дорогие, с тем, чтобы отдохнуть в более комфортабельных и спокойных условиях.
* Различные дополнительные мероприятия. Поскольку лица среднего возраста не имеют возможности провести всё своё курортное время как молодёжь и энтузиасты горных лыж, они востребуют развлекательных мероприятий, например, экскурсий, катания на лошадях, пеших прогулок.
* Качеств обслуживания. Как уже упоминалось ранее, пожилые люди ценят комфорт больше, чем все остальные группы, соответственно, им требуется высокий уровень качества обслуживания.

Выбирая место для катания на горных лыжах в выходные дни, люди руководствуются несколькими наиболее важными факторами. Далее в порядке приоритета приводятся те факторы, которые были названы большинством респондентов.

**Факторы выбора курорта по уменьшению значимости**

1. Зона катания на горных лыжах, и связанные с лыжами услуги: тип поверхности, высота, угол, качество и разнообразие склонов, количество и качеств горнолыжных лифтов, аренда и обслуживание инвентаря, обучение катанию на лыжах, сноупарки, возможности для фри-райда, кафе на склонах.
2. Услуги: возможности получения дополнительных услуг, таких, как спа, бассейны, бани, массаж, каток, катание на обычных лыжах по ровной местности и т.п., качество указанных услуг.
3. Общая стоимость пребывания на курорте: стоимость проживания, перелёт, трансфер до курорта, абонементы на катание на лыжах, аренда инвентаря, обучение и т.д., особенно – в сравнении с ранее посещёнными курортами.
4. Детская инфраструктура: школы обучения катанию на лыжах, детские трассы, няни для детей.
5. Комфортное проживание и логистика курорта: комфортабельные отели, номера, позитивное отношение персонала отеля, wi-fi, близость к основной инфраструктуре, например, к горнолыжным подъёмникам, спа, магазинам и т.п.
   1. Общая концепция предполагаемого бизнеса

Общая концепция создаваемого бизнеса направлена как на достижение целей, сформулированных в стратегиях долгосрочного развития Российской Федерации и субъекта Российской Федерации, на территории которой располагается ВТРК «Архыз» (Зеленчукский и Урупский районы Карачаево-Черкесской Республики), так и извлечение прибыли в результате реализации проекта, а именно:

* Развитие экономики и повышения благосостояния населения Зеленчукского и Урупского районов Карачаево-Черкесской Республики за счет эффективного использования туристско-рекреационного потенциала и развития туризма в регионе;
* Развития современного гостиничного бизнеса, связанного с ним производства товаров и услуг, а также модернизации пищевой промышленности и сельского хозяйства, повышающей их конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках, легкой промышленности, развитию транспорта и строительства;
* Создание в Карачаево-Черкесской Республике благоприятных экономических условий для дальнейшего устойчивого развития туризма и удовлетворения спроса потребителей на туристские услуги;
* Создание конкурентоспособного предприятия, приносящего среднегодовую прибыль в размере 10 220 тыс. руб. после выхода предприятия на проектную мощность.

В рамках Проекта предполагается предоставление следующих типов услуг:

* услуги проживания (комфортабельные номера в 9-и двухэтажных коттеджах):
  + - общая возможность размещения – основных мест размещения;
    - предусмотрена возможность создания в каждом номере 1-го дополнительного места, что составит дополнительных рабочих мест;
    - номера оборудованы кондиционерами, холодильниками, точками подключения Интернета, телефонами, сейфами, телевизорами. Бесплатные дополнительные услуги в номере: прачечная, химчистка;
* дополнительные услуги – предоставление дополнительных мест и платных услуг бытового характера;
* услуги парковки на машиномест, бесплатные для постояльцев коттеджного комплекса.

Основными потребителями услуг будут Физические лица – граждане РФ и иностранные туристы, спортсмены-горнолыжники

* 1. Прогноз конъюнктуры рынка туристско-рекреационной деятельности

Регион Северного Кавказа обладает огромным туристско-рекреационным потенциалом, который обусловлен наличием самых высоких в Европе гор (Кавказские горы) с возможностью создания горнолыжных трасс международного уровня, с многочисленными месторождениями минеральных источников и лечебных грязей, уникальной природой, большим количеством культурно-исторических и природных достопримечательностей.

В Карачаево-Черкесской Республике одним из основных объектов культурного наследия федерального значения является Карачаево-Черкесский государственный историко-культурный и природный музей-заповедник, созданный на базе уникальных комплексов памятников и краеведческого музея. В состав историко-культурного комплекса входят 12 объектов, в том числе, Музей истории туризма альпинизма города-курорта Теберда, Нижне-Архызский историко-архитектурный и археологический комплекс, Шоанинский храм Х века, Хумаринское городище V-XIV вв. и др.

Северный Кавказ также традиционно является крупным санаторно-курортным центром лечения минеральными водами и грязями. Так, разведанные запасы минеральных подземных вод России по состоянию на 01.01.2014 г. составляют 327,23 тыс.м3/сут. При этом по наличию минеральных источников Северо-Кавказский федеральный округ занимает одно из лидирующих мест в РФ: на долю СКФО вместе с Южным федеральным округом приходится 95,85 тыс. м3/сут. разведанных запасов минеральных вод (29,3% всех национальных запасов) (Государственный доклад Министерства природных ресурсов и экологии РФ «О состоянии и использовании минерально-сырьевых ресурсов Российской Федерации в 2013 году»; Официальный сайт министерства <http://www.mnr.gov.ru/>).

**Показатели**  [**государственной программы «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 года**](http://dokipedia.ru/document/5165034?pid=2059) **по Карачаево-Черкесской Республике**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Индикаторы и показатели | Единица  измерения | 2016  год | 2020  год | 2023  год |
| Количество рабочих мест, созданных резидентами ОЭЗ накопленным итогом | тыс. чел. | 3 755 | 11 128 | 15 834 |
| Количество мест/коек в коллективных средствах размещения различной категории накопленным итогом | Мест/коек | 12 410 | 34 890 | 45 315 |
| Число ночевок в коллективных средствах размещения на территории курорта за год | единиц | 1 941 231 | 4 403 140 | 5 514 315 |
| Инвестиции в основной капитал объектов накопленным итогом | млн. руб. | 48 543,9 | 119 309,6 | 176 636,8 |
| Доходы от предоставленных услуг в коллективных средствах размещения | млн. руб. | 594,8 | 1 992,8 | 2 899,6 |

***Источник****:* [*Государственнаяпрограмма«Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 года*](http://dokipedia.ru/document/5165034?pid=2059)

Прогноз общего туристического потока на курорты Туркластера произведен на основе исследования российского и международного рынка горнолыжных курортов, включая различные операционные показатели (% загрузки курортов вне сезона, % однодневных туристов от всех прибывающих на курорт и др.), анализа курортов – возможных конкурентов курортам Туркластера (включая строящиеся курорты), мнения ведущих международных экспертов из Франции и Австрии, представителей российских и зарубежных туристических агентств и туроператоров, операторов горнолыжных курортов (в том числе российских). Наряду с этим агентством «IPSOS» (IPSOS, 2012) был проведен социологический опрос более 2,5 тыс. россиян, занимающихся горными лыжами и проживающих в 20 городах с населением более 500 тыс. жителей (в различных субъектах РФ).

На основе проведенного анализа предполагается, что общий туристический поток на горноклиматический курорт «Архыз» составит: к 2017 г. – 160 тыс. туристов в год; к 2020 г. – 417 тыс. туристов в год; к 2024 г.– 520 тыс. туристов в год.

На примере предварительных расчетов, выполненных для ВТРК «Архыз», можно определить примерное распределение рабочих мест в разных сферах занятности на курорте. Ожидается, что в 2025 г. на курорте будут работать около 15,7 тыс. человек, их них 59% – в индустрии гостеприимства, обслуживая отели и сдаваемые в аренду апартаменты и коттеджи; 17% – обслуживая туристическую инфраструктуру (рестораны, магазины, развлекательные центры и прочие объекты); 8% – в сфере обслуживания и поддержания в рабочем состоянии горнолыжной инфраструктуры; 16% – в области обслуживания инженерной инфраструктуры курорта, обеспечения безопасности и иных сферах.

* 1. Ожидаемая доля заявителя в отрасли

Ожидаемая доля заявителя определяется исходя из плановых показателей региональных программных документов.

Коттеджный поселок заявителя с номерным фондом в ед. будет оказывать услуги проживания, а также оказывать некоторые виды платных бытовых услуг.

Учитывая, что коттеджный поселок будет введен в эксплуатацию только с 6-го месяца 2-го года проекта, уместно рассчитать ожидаемую долю заявителя с учетом планируемого роста создания туристских ресурсов к 2023 году:

Ожидаемая доля заявителя по доходу к объему платных туристических услуг на территории Республики Карачаево-Черкесия составит 0,1 %, по количеству мест размещения – 0,2 %, по количеству ночёвок – 0,3 %, по количеству созданных рабочих мест–0,2 %.

* 1. Перечень основных (потенциальных) конкурентов, их доли на рынке

В результате анализа были выделены следующие основные действующие конкуренты в Архызе:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Конкурент** | **Кол-во мест** | **Доля по количеству мест размещения, %** |
| 1 | Гостиница «Академия» | 75 | 4.6% |
| 2 | Горный отель «Андромеда» | 25 | 1.5% |
| 3 | Пансионат «Энергетик» | 150 | 9.2% |
| 4 | База отдыха «Ермоловка» | 85 | 5.2% |
| 5 | Пансионат «Красная скала» | 70 | 4.3% |
| 6 | Турбаза «Нарат» | 65 | 4.0% |
| 7 | Турбаза «Орлиное гнездо» | 20 | 1.2% |
| 8 | Турбаза «Сулахат» | 60 | 3.7% |
| 9 | Турбаза «Алания» | 250 | 15.4% |
| 10 | База отдыха МВД санатория «Железноводск» | 50 | 3.1% |
| 11 | Турбаза «Сосновый бор» | 60 | 3.7% |
| 12 | Турбаза «Архыз» | 297 | 18.3% |
| 13 | Гостиничный комплекс «Романтик» | 209 | 12.9% |
| 14 | Гостиница «Вертикаль» | 209 | 12.9% |
|  | **ИТОГО:** | 1625 | 100.0% |

Подробнее см. раздел 4.4. «Сравнительный анализ основных характеристик аналогичных и конкурирующих (замещающих) работ (производимой продукции) и оказываемых услуг».

* 1. Учредители юридического лица – заявителя

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Учредитель** | **Адрес местонахождения** | **Основные виды деятельности** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |

* 1. Перечень существующих (потенциальных) стратегических партнеров и контрагентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Партнёр** | **Адрес местонахождения** | **Предмет договора** |
| 1 | Оптовые базы | КЧР | Поставка косметических средств, средств гигиены |
| 2 | ООО «Меркурии торг» | КЧР, г.Черкесск | Поставка продуктов питания, напитков |
| 3 | Прочие продовольственные оптовые базы | КЧР | Поставка продуктов питания |
| 4 | MetroCash&Carry | г. Пятигорск | Поставка продуктов питания, напитков |

1. Описание работ
   1. Основные характеристики услуг

Основными планируемыми услугами являются:

* услуги проживания (комфортабельные номера в 9-и двухэтажных коттеджах):
  + - общая возможность размещения – 95 основных мест размещения;
    - предусмотрена возможность создания в каждом номере 1-го дополнительного места, что составит 47 дополнительных рабочих мест;
    - номера оборудованы кондиционерами, холодильниками, точками подключения Интернета, телефонами, сейфами, телевизорами. Бесплатные дополнительные услуги в номере: прачечная, химчистка;
* дополнительные услуги – предоставление дополнительных мест и платных услуг бытового характера;
* услуги парковки на 27 машиномест, бесплатные для постояльцев коттеджного комплекса.

Основные потребительские качества услуг:

* безопасность (защита от риска (физического и морального); обходительность (вежливость, внимательность, дружелюбие);
* осязаемость (материальная привлекательность помещений и формы персонала).

Предоставляемые по Проекту услуги и контроль их качества соответствуют ГОСТ Р 50691-2013.

Для адаптации к изменениям рынка на предприятии предусмотрены следующие мероприятия:

* корректировка существующей модели управления на предприятии;
* корректировка затрат и анализ рабочих результатов;
* анализ ценообразования;
* разделение процессов хозяйственной деятельности.

Отдых такого уровня комфорта и сервиса рассчитан на категорию отдыхающих с доходами среднего и выше среднего уровней.

* 1. Наличие опыта туристско-рекреационной деятельности.

Компания является новым предприятием, создаваемым учредителями в целях развития важнейшего направления своего бизнеса – ведение туристско-рекреационной деятельности на территории Всесезонного туристско-рекреационного комплекса «Архыз» на территориях Зеленчукского и Урупского районов Карачаево-Черкесской Республики. Соответствующего опыта не имеет.

* 1. Анализ качества оказываемых услуг

Планируя осуществление туристско-рекреационной деятельности на заявленном уровне, управление коттеджного комплекса предполагает руководствоваться мировыми стандартами, применяемыми к оказанию услуг проживания, питания, требованиями законодательства и отраслевых нормативов, предпочтениями и представлениями потенциальных клиентов относительно качества предоставляемых услуг.

Складывающаяся конъюнктура рынка и ее перспективы в связи с реализацией государственной политики в сфере развития туризма обязывают неизменно повышать качество оказываемых услуг, стремится к самым высоким стандартам, сохраняя при этом доступность для всех туристов, однажды здесь побывавших и рекомендующих отдых здесь остальным.

Поэтому для контроля качества оказания услуг планируется разработать внутренние стандарты качества, выполнение которых будет закреплено в должностных инструкциях. Таким образом, каждый сотрудник должен будет знать и обеспечивать на вверенном ему участке работ установленный стандарт.

Исходя из текущего уровня развития мировых стандартов, результатов финансово-хозяйственной деятельности и возможности улучшения качества принятые стандарты будут регулярно пересматриваться в сторону повышения качества. Это означает, что в процессе реализации бизнес-проекта принятые стандарты будут постоянно совершенствоваться.

Все сотрудники будут периодически проходить аттестацию на соответствие занимаемой должности. В целях повышения квалификации и профессионализма персонала сотрудники будут периодически проходить обучение на профильных курсах, в том числе курсы изучения иностранных языков, будет поощряться самообразование и получение дополнительного образования. Кроме того, в этих же целях будут приглашаться специалисты высокого уровня и проводиться выездные мастер-классы.

Значительная роль в исследовании отношения потребителей к уровню качества оказываемых услуг, изыскании форм и методов повышения качества отводится собственному интернет-ресурсу, где можно постоянно проводить опросы и принимать предложения по повышению качества услуг.

Все эти мероприятия, безусловно, требуют дополнительного привлечения финансовых и трудовых ресурсов, однако это позволит поддерживать правильное соотношение «цена / качество» и привлекать наибольшее количество туристов и, как следствие, повышать доходность Проекта.

Таким образом, основными мероприятиями, обеспечивающими необходимый уровень качества услуг, являются:

* Разработка, внедрение и совершенствование внутренних стандартов качества, соответствие государственным (СНиПы, СанПиНы) и мировым стандартам;
* Обучение, повышение квалификации и регулярная аттестация персонала;
* Участие в добровольной сертификации качества;
* Мониторинг общественного мнения, регулярные маркетинговые исследования;
* Широкое использование современных возможностей интернет-технологий, развитие обратной связи.
  1. Сравнительный анализ основных характеристик аналогичных и конкурирующих работ и оказываемых услуг.

**Гостиница «Академия»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: Отель расположен в академгородке астрофизической обсерватории (САО РАН) п. Нижний Архыз — на высоте 1000 м в долине реки Большой Зеленчук.  **Номерной фонд**: 11 номеров эконом-класса (стандарт); 24 номера («люкс», «полулюкс», «стандарт») и «апартаменты» с изысканной итальянской мебелью. TRPL, DBL) – душ, туалет, балкон; в комфортабельных номерах (SNGL, DBL) – душ, туалет, телевидение, балкон  **Инфраструктура, услуги**: гостевая кухня, столовая, бильярд и банкетный зал. На территории гостиницы «Академия»: три конференц-зала (на 80, 50 и 40 мест), концертный зал, автостоянка, баскетбольная площадка, футбольное поле, уютные лужайки для отдыха, пруд с песчаным пляжем. Это прекрасное место для проведения научных конференций и деловых встреч. Имеется доступ в Интернет, факс, телефонная и сотовая связь, сервисный транспорт. |

**Гостиница «Андромеда»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение:** расположена на горе Пастухова, рядом с крупнейшим в Европе телескопом, на высоте около 2000 метров, на смотровой площадке Специальной Астрофизической Обсерватории Российской Академии Наук (САО РАН). Расстояние от поселка Нижний Архыз - 15 километров, к смотровой площадке проложена асфальтная дорога. В 400 метрах от горного отеля находятся оптические телескопы САО  **Номерной фонд:** 10 номеров «люкс», «полулюкс», «стандарт», гостиная с камином, обеденный зал, гостевая кухня, бильярд.  **Инфраструктура, услуги:** конференц-зал, автостоянка, альпийские лужайки для отдыха, площадка для приготовления шашлыка. Рядом бугельный подъемник.  Питание: полный пансион, детское меню, меню для вегетарианцев. |

**Пансионат «Энергетик»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: неподалеку от центра поселка Архыз на берегу реки Большой Зеленчук (высота 1400 м).  **Номерной фонд**: 44 номера (2-х, 3-х, 6-ти, 7-ми местные номера, «стандарт», «полулюкс», «люкс», «апартаменты»), рассчитанные на прием до 150 человек одновременно.  **Инфраструктура, услуги**: столовая, бар, бильярд, конференц-зал, банкетный зал, настольный теннис, сауна. Питание в столовой – полный пансион, автостоянка, беседки для отдыха, площадка для приготовления шашлыка. |

**База отдыха «Ермоловка»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: поселок Нижняя Ермоловка (КЧР,  Россия)  20 км до пос. Архыз, 8 кв. до Нижне-Архызского городища в живописном месте, расположенном  вдоль дороги, ведущей  к горно-лыжному курорту Архыз, со своим выходом к реке Большой Зеленчук.  **Номерной фонд**: номера «люкс» и «полулюкс», 2-х этажные коттеджи со всеми удобствами, душ, с/у, горячая и холодная вода, кухня, (холодильник, посуда).  **Инфраструктура, услуги**: сауна на дровах, открытый бассейн, бильярд, волейбольная и футбольная площадка, пруд для ловли рыб, квадрациклы, крытые мангалы со всеми необходимыми принадлежностями для готовки (котел, барбекю и т.д.). Услуги гида-проводника. |

**Пансионат «Красная скала»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: недалеко от центра п.Архыз на берегу реки Большой Зеленчук (высота 1400 м). Здание построено в альпийском стиле. С террас, окон и балконов открывается прекрасный вид на горные вершины Западного Кавказа и долину реки  **Номерной фонд**: 3-х этажный корпус на 70 мест,  2-х, 3-х местные номера со всеми удобствами, «полулюкс», «люкс апартаменты».  **Инфраструктура, услуги**: бильярдная и кафе-бар, автостоянка с видео наблюдением, беседки для отдыха, крытая площадка с мангалом для приготовления шашлыка. |

**Турбаза «Нарат»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: в поселке Архыз на правом берегу реки Большой Зеленчук, на высоте 1500 м.  **Номерной фонд**: 2-х этажный кирпичный коттедж на 40 мест, 3-х комнатный летний домик, 8 мест б/у.  Кухня, душ, горячая вода, сан.узел.  **Инфраструктура, услуги**: автостоянка, беседка для отдыха, мангал, сауна, бильярдный стол, актовый зал. |

**Турбаза «Орлиное гнездо»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение:** в поселке Архыз рядом с заводом «Висма-Люкс», выпускающим питьевую воду «Архыз». Турбаза располагается в живописном сосновом бору, чуть выше располагается одна из горнолыжных трасс Архыза.  **Номерной фонд:** несколько коттеджей различного уровня комфортности на 15-20 человек. 2-местный домик с удобствами на территории. Коттедж стандарт 4-местный домик с удобствами в доме. Коттедж люкс 4-местный домик со всеми удобствами. 2 комнаты, ванна с гидромассажной кабинкой. В комнатах – телевизор, двуспальная кровать, раскладной диван, холодильник, мягкая мебель.  **Инфраструктура, услуги:** большая территория с беседками, мангалами, сауна, открытая летняя кухня, живописный сосновый бор. |

**Турбаза «Сулахат»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: "Сулахат"- трехэтажный каменный терем в верхней части п.Архыз (на высоте 1500 метров).  **Номерной фонд**: 20 номеров, 2-х, 3-х и 4-х местные номера с холодильником, удобства на блок, есть номера с удобствами. Новая мебель. Условия: горячая вода по часам.  **Инфраструктура, услуги**: территория с беседкой и камином, сауна, бассейн, спутниковое TV.  Рафтинг, конные прогулки, катание на лыжах, санях и санках. |

**Турбаза «Алания»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: турбаза расположена на въезде в поселок Архыз в сосновом лесу на левом берегу реки Большой Зеленчук.  **Номерной фонд**: на территории расположен один большой корпус вместимостью 180 - 200 человек, несколько деревянных 2-местных домиков, и летние домики, рассчитанные на двух человек.  **Инфраструктура, услуги**: футбольные, волейбольные, детские площадки, мангалы, теннисные столы, стационарные душевые. В летний период на территории турбазы проводятся танцевальные дискотеки. |

**База отдыха МВД санатория «Железноводск»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: в сосновом бору рядом с поселком Архыз расположено деревянное здание базы отдыха "МВД", выполненное в стиле древнерусского зодчества. Из окон номеров пансионата можно любоваться чудесным видом на лес и горы. Рядом с пансионатом располагается горнолыжная трасса «МВД».  **Номерной фонд**: 2-х местные номера «стандарт», «полулюкс», «люкс». Удобства в номере.  **Инфраструктура, услуги**: столовая, бильярдный зал, каминный зал, зал для дискотек, сауна, прокат лыж, сноубордов, коньков. |

**Турбаза «Сосновый бор»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**: расположена на окраине Архызской котловины на берегу реки Большой Зеленчук, рядом с заводом по розливу воды с одноименным названием - Архыз, на самом выезде из поселка.  **Номерной фонд**: 2-х местные с удобствами (2), 2-х местные с удобствами на блок (4), 1-но местными с удобствами на этаже, 2-х, 3-х местные с удобствами на этаже.  **Инфраструктура, услуги**: беседка, мангалы, теннисный стол. |

**Турбаза «Архыз»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**:  турбаза находится в сосновом лесу, состоит из двух корпусов и расположена на высоте 1474 метра над уровнем моря.  **Номерной фонд**: на территории турбазы два 2-х этажных коттеджа на 250 мест, 3 мини-коттеджа на 7, 15 и 25 мест. Проживание в 2-х, 3-х, и 4-х местных однокомнатных номерах. Все номера без санузлов, условия на этаже.на территории есть три коттеджа (стандартные номера) классификации (санузлы на блок), мягкая мебель, телевизор, DVD, холодильник и т.д.  **Инфраструктура, услуги**: общая кухня, футбольная площадка, дискобар с каминным залом, автостоянка, сауна. |

**Гостиничный комплекс «Романтик»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Расположение**:  на территории всесезонного горного курорта «Архыз», в 220 км.от аэропорта «Минеральные Воды».  **Номерной фонд**: два комфортабельных отеля категорий 3\* и 4\* Общее число мест размещения – 209. Отель «Романтик-1» категории 4\* насчитывает 60 номеров, отель «Романтик-2» категории 3\* состоит из 45 номеров. В каждом номере есть телевизор, холодильник, ванная комната укомплектована душевой кабиной, феном, комплектом полотенец и набором косметических принадлежностей.  **Инфраструктура, услуги**: В непосредственной близости от отеля находятся канатные дороги для подъема к горнолыжным трассам. Ресторан на 60 мест, финская сауна. Конференц-услуги, лобби-бар, услуги няни, автотранспортные услуги. Летом: конные прогулки, рафтинг, экскурсии. Зимой: горные лыжи, сноуборг (оборудованные трассы и подъёмники), ски-хелинг, обучение катанию. |
| **Гостиница «Вертикаль»** | |
|  | **Расположение**:  на территории всесезонного горного курорта «Архыз», в центре Архыз-парка в 50 от подъемника  **Номерной фонд**: проживание в номерах 2-хместный стандарт, студио, люкс, семейный и апартаментах. Предусмотрены номера для гостей с ограниченными возможностями. Количество номеров – 80. Общее число мест размещения – 209.  **Инфраструктура, услуги**: В непосредственной близости от отеля находятся канатные дороги для подъема к горнолыжным трассам. Ресторан, бар, СПА-центр с бассейном, сауной и хамамом. Детская игровая комната с воспитателем, автотранспортные услуги, место для хранения лыж, сушка для ботинок, продажа горнолыжных абонементов (skipass), велопарковка. WI-FI и парковка бесплатно. |

1. Маркетинг
   1. Факторный анализ состояния туристско-рекреационной деятельности и ее сегментов

Карачаево-Черкесская Республика протянулась с севера на юг на 140 км, а с запада на восток - на 160 км, ее площадь - 14,3 тыс. кв. км. На территории республики располагаются равнины, возвышенности и заснеженные вершины горных хребтов, живописные горные озера и реки с водопадами. Использование разнообразного рельефа республики привлекательно, прежде всего, с целью развития активных видов отдыха.

Карачаево-Черкесия обладает большим потенциалом для развития туризма. Уникальность и разнообразие ландшафтов обеспечивают развитие оздоровительного, познавательного и спортивного туризма. Перспективными являются также и иные активные виды туризма: лыжный, конный, водный, пеший, альпинизм. Крупные мероприятия регионального, всероссийского и мирового уровня могут стать основой для развития событийного туризма. Экстремальный марафон «Маруха - Нижний Архыз», международный музыкальный конкурс «Звезды Архыза», всероссийский фестиваль авторской песни «Горные вершины», фестиваль «Домбайкер», кубок России по горному велосипеду, Северо-Кавказский региональный фестиваль авторской песни «Архыз», кубок ЮФО по скалолазанию, соревнования и чемпионаты по горным лыжам и сноуборду - примеры существующих мероприятий на территории КЧР.

Архыз свою основную популярность получил как район с целебным горным воздухом и целебными источниками, большое количество солнечных дней и другие курортологические факторы ставят Архыз в один ряд с лучшими горноклиматическими курортами Швейцарии и Италии. Горнолыжные ресурсы Архыза превосходят Теберду, Домбай по общей зоне горнолыжного катания, длине трасс, лавинной безопасности. Кроме того, на территории поселка по долинам, ущельям и хребтам сохранились множество исторических памятников: дольмены - гробницы начала бронзового века, развалины аланских поселений и укреплений, три средневековых христианских храма (Северный, Средний и Южный). Всего в двух километрах от п. Буково находится археологический музей-заповедник - древнее городище - развалины древнего города Магас. Ввиду наличия таких памятников формируется основа для развития не только экскурсионного, познавательного туризма, но и паломничества.

Располагая значительным выбором склонов и развитой системой подъёмников, а также - привлекательным перепадом высот, Архыз способен привлечь различные группы туристов. Принимая во внимание обширную территорию курорта, на его базе существует возможность обеспечить размещение различных привлекательных для посетителей объектов без необходимости концентрироваться на каком-то одном направлении.

Одна из наиболее явных особенностей Архыза и региона, в котором он расположен, заключается в том, что большинству людей он известен своей минеральной водой (торговая марка «Архыз»). Это дает курорту возможность рекламировать себя как экологически чистое место и зону отдыха с прекрасным выбором зимних видов спорта, а также иных спортивных мероприятий, несмотря на отсутствие минеральных источников для купания.

На восприятие курорта благоприятным образом влияет общее представление о данной территории и о наименовании «Архыз». Аналогично курорту «Бад-Гастайн» в Австрии, разнообразие видов развлечений на курорте позволяет семьям или группам посетителей удовлетворить запросы всех членов группы даже в том случае, если они оказываются различными. Данная концепция работает как для зимнего, так и для летнего периода.

С учетом широкого спектра развлечений на данном курорте, а также - обеспечиваемой им атмосферы отдыха, цены могут варьироваться от среднего до более высокого уровня.

**Всесезонный горнолыжный курорт «Архыз»** — современный всесезонный туристско-рекреационный, сочетающий зимние и летние виды туризма. Расстояние от столицы Карачаево-Черкесии [г. Черкесска](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%BA) до горнолыжного курорта «Архыз» составляет 110 км, от [г. Минеральные Воды](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%92%D0%BE%D0%B4%D1%8B) — 220 км. На курорте в настоящее время работают 3 подъемника — гондольный и 2 кресельных с общей пропускной способностью 6600 чел./час. Действуют 7 горнолыжных трасс разных уровней сложности общей протяженностью 14,5 км. На спусках установлены снежные пушки. Функционирует административное здание с пунктом проката, кафе и всей необходимой инфраструктурой (спасатели, медкабинет и т. д.), многофункциональный центр с дополнительным пунктом проката, кафе и ресторанами. Работают 3 гостиницы в непосредственной близости от подъемников. Открылся высокогорный ледовый каток. Пропускная способность курорта на сегодняшний день составляет 5500 человек в сутки. Курорт создавался по самым современным стандартам с использованием ведущего мирового опыта и технологий.

В целом должно быть построено 137 км трасс. Курорт будет состоять из 5 туристических комплексов-поселков. Для отдыхающих будут оборудованы 58 подъемников. Курорт рассчитан на единовременное размещение 25-30 тыс. человек. Ожидается, что с выходом курорта на проектную мощность турпоток на «Архыз» превысит 500 тыс. человек в год.

При поддержке Вице-премьера полномочного представителя Президента России в СКФО Александра Хлопонина активное строительство началось в августе 2011 года. В рамках ФЦП «Юг России» при софинансировании из республиканского бюджета была полностью построена и сдана в эксплуатацию вся подводящая коммунальная инфраструктура — высоковольтная линия электропередач, газомагистраль, дорога, система водоснабжения и канализации, построена станция МЧС. Инвестором строительства гостиничной и горнолыжной инфраструктуры выступило ЗАО Группа «Синара» в лице президента компании Дмитрия Пумпянского. Сейчас проект строительства курорта «Архыз» реализуется в рамках Северо-Кавказского туристического кластера под управлением ОАО «Курорты Северного Кавказа» при участии Внешэкономбанка.

# SWOT-анализ перспектив развития горнолыжного туризма в ВТРК «Архыз»

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| * Высокая прибыль; * Приобщение к здоровому образу жизни; * Массовый вид туризм; * Мягкий климат, снежный покров; * Большое разнообразие возможных зон для горных лыж; * Большие перепады по высоте, и, соответственно, значительная длина трасс; * Возможность круглогодичного катания на лыжах; * Благоприятная экологическая обстановка; * Местный колорит. | * Высокое воздействие на окружающую среду; * Дорогостоящий вид туризма; * Финансовые затраты на этапе создания горнолыжных центров; * Обеспечение безопасности туристов; * Высокий уровень опасности схода лавин; * Удалённость местоположения от основных рынков Москвы и Санкт-Петербурга; * Слабая транспортная доступность (включая невысокую пропускную способность аэропортов); * Негативный имидж территории Северного Кавказа и местных жителей; * Отсутствие квалифицированного персонала. |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| * Развитие инфраструктуры; * Реконструкция и модернизация уже имеющихся горнолыжных баз и слияние их в единый центр; * Воспитание профессиональных спортсменов. | * Деградация естественных ландшафтов; * Высокая лавинная опасность горных районов; * Высокая зависимость от состояния внутренней и внешней экономики. |

* 1. Оценка доли заявителя на рынке оказываемых услуг

Как отмечалось ранее в п. 3.5. ожидаемая доля заявителя по доходу к объему платных туристических услуг на территории Республики Карачаево-Черкесия составит – 0,1%, по количеству мест размещения – 0,2%, по количеству ночёвок – 0,3%, по количеству созданных рабочих мест – 0,2%.

**Оценка доли заявителя в отрасли**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Индикаторы (2023 г.)** | **Значение по отрасли** | **Значение Проекта** | **Доля Проекта** |
| Количество мест размещения в коллективных средствах размещения, мест/коек |  |  |  |
| Число ночевок в коллективных средствах размещения, единиц |  |  |  |
| Доходы от предоставленных услуг в коллективных средствах размещения, млн. руб. |  |  |  |
| Численность занятых в сфере туризма, чел. |  |  |  |

* 1. Обоснование рыночной ниши услуг и среднесрочная концепция ее расширения

С учетом количества реализуемых проектов горнолыжных курортов и повышения уровня доступности горнолыжного инвентаря для населения количество горнолыжников в России будет расти приблизительно на 5-7% ежегодно. В то же время, сектор сноубординга, спрос на который составляет около 20% от общего количества горнолыжников, демонстрирует более агрессивные темпы роста на уровне приблизительно в 10-15% в год.

Ниша курорта ВТРК «Архыз», являющаяся сегментом среднего ценового уровня и обладающего большой пропускной способностью и качественным номерным фондом, на сегодняшний день свободна. Так, большинство представленных в Российской Федерации горнолыжных курортов либо не обладают развитой горнолыжной инфраструктурой, либо ориентированы на достаточно высокий ценовой уровень. Это позволяет позиционировать ВТРК «Архыз» как общедоступный курорт с широкой целевой аудиторией.

Рынок гостиничной недвижимости региона КЧР не развит. На текущий момент сегмент представлен частными гостиницами и апартаментами низкого качества. Ни один международный гостиничный оператор не имеет представительства в регионе.

Рынок горнолыжных курортов России развит крайне слабо: ощущается острая нехватка подъемников, качественных средств размещения и развитой инфраструктуры. По своим природно-ресурсным характеристикам (перепад высот, протяженность трасс) Северный Кавказ имеет безусловные преимущества перед европейскими курортами. Однако, в первую очередь, отсутствие современной качественной инфраструктуры предопределяет выбор потенциальных горнолыжных туристов в пользу стран Европы.

Маркетинговые исследования позволили заявителю определить нишу ВТРК «Архыз» как наиболее соответствующую для реализации утвержденной стратегии развития бизнеса. В плане застройки пос. Лунная поляна предусмотрено создание коттеджных комплексов. Спрос на проживание в коттеджах велик и значительно опережает предложение. Для данного проекта это стратегия деверсификации, т.е. выход с новыми для себя услугами на новый рынок. Выбор стратегии и ниши был обусловлен следующими факторами:

* Ниша ВТРК «Архыз» возникла в результате особой ситуации на рынке – принятия  [Государственной программы «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 года](http://dokipedia.ru/document/5165034?pid=2059)», вызывавшего появление потребительского спроса, который не может быть удовлетворен с помощью уже предлагаемых на рынке услуг;
* Ниша ВТРК «Архыз» практически свободна. [В Подпрограмме 3 "Развитие туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и республике Адыгея" государственной программы "Развитие Северо-Кавказского федерального округа" на период до 2025 года](http://dokipedia.ru/document/5165034?pid=2059), в пункте Основное мероприятие 3.3.  
  "Создание всесезонного туристско-рекреационного комплекса "Архыз" на территориях Зеленчукского и Урупского районов Карачаево-Черкесской Республики" приведены целевые показатели основного мероприятия, в частности, «строительство и ввод в эксплуатацию 30 067 мест/коек в коллективных средствах размещения различной категории». По состоянию на 2016 год гостиничная инфраструктура курорта представлена тремя гостиницами — «Романтик-1», «Романтик-2» и «Вертикаль» общим фондом около 420 мест размещения. Согласно бизнес-планам инвесторов, в 2016-2017 гг. в эксплуатацию на курорте будет введено еще около 800 мест размещения (Сайт АО «Курорты Северного Кавказа» <http://www.ncrc.ru/>). Таким образом, степень заполнения рыночной ниши ВТРК «Архыз» по состоянию на 2017 г. составит 4%;
* Заявитель видит гораздо больше возможностей для достижения своих целей, выбрав данную стратегию и нишу, поскольку получив статус резидента ОЭЗ, предприятие получит ряд льгот, а как следствие – дополнительные конкурентные преимущества;
* Новое направление деятельности обещает быть намного прибыльнее, чем развитие существующих;
* Развитие нового направления не требует особо крупных инвестиций.

**Концепция расширения рыночной ниши**

Согласно планам строительства, ВТРК «Архыз» будет включать четыре туристические деревни, три из которых будут располагаться в долине реки Архыз — деревни Романтик, Лунная Долина и Дукка; еще одна деревня — Пхия — будет построена в долине одноименной реки.

Все туристические деревни планируется связать между собой единой системой горнолыжных склонов и канатных дорог, что позволит отдыхающим свободно перемещаться между этими поселениями на лыжах. В основе проектирования деревень заложен принцип «Skiin/skiout»(в отечественной практике — «Катание от дверей»), обеспечивающий максимально комфортное катание: на лыжах можно будет подъехать к большинству объектов туристической инфраструктуры — гостиницам, ресторанам, магазинам и т. п.

Концепция горнолыжного комплекса предусматривает создание развитой курортной инфраструктуры для полноценного оздоровительного и семейного отдыха: тематические пространства, зоны активного отдыха, гостиницы, центры торговли, услуг и развлечений, предприятия общественного питания.

Поскольку ниша ВТРК «Архыз» возникла в результате принятия  [Государственной программы «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 года](http://dokipedia.ru/document/5165034?pid=2059)», стратегия её расширения реализуется на государственном уровне. Концепция расширения рыночной ниши с точки зрения заявителя заключается в:

* проводимой политике максимальной лояльности целям и задачам, поставленным управляющей компанией ОЭЗ;
* участии в программах и мероприятиях, проводимых совместно с другими резидентами, с целью популяции бренда «ВТРК Архыз»;
* разработке для каждого выявленного сегмента потребителей специализированных ассортиментно-ценовых предложений за счет создания суб-брендов;
* создание комплекса мероприятий по продвижению собственных услуг.

В состав комплекса мероприятий по продвижению услуг входят четыре основных элемента:

* личная продажа (непосредственный контакт представителя фирмы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью представления туристского продукта и совершения продажи);
* стимулирование сбыта (скидки, конкурсы, лотереи, пакетные предложения);
* связи с общественностью (организация связей со средствами массовой информации, контакты с целевыми аудиториями, установление отношений с органами государственной власти и управления);
* реклама.
  1. Общая стратегия маркетинга заявителя

С учетом результатов анализа состояния и тенденций развития услуг гостиничного бизнеса и услуг общественного питания в основу маркетинговой стратегии положена концепция «концентрированного маркетинга», суть которой заключается в концентрации усилий на проникновение в данный сегмент рынка.

На первом этапе внедрения на рынок сбыта продолжительностью около года основными задачами являются:

* оптимизация текущей прибыли с целью обеспечения окупаемости проекта в кратчайшие сроки;
* повышение качества оказываемых услуг.
  1. Расширение ассортимента услуг. Характеристика ценообразования заявителя

**Ценовые ожидания**

Цены должны отражать качество предоставляемых услуг, и при этом оставаться конкурентоспособными на рынке. Стоимость тура должна быть как минимум равной или меньшей, чем стоимость сравнимого тура в Европу.

Кроме европейских курортов, существуют также российские горнолыжные курорты (в том числе – расположенные в районе Эльбруса, и в Красной Поляне), соответственно, цены должны коррелировать с ценами российских курортов.

С учетом текущих цен в 2016 году стоимость недельного тура на российском горнолыжном курорте составит от 35 000 до 60 000 рублей, тогда как в Европе его стоимость будет больше: в среднем от 70 000 до 120 000 рублей за тот же перечень услуг. Естественно, что потребители услуг заинтересованы в том, чтобы получить на новых курортах «международный уровень комфорта по местным ценам».

Средняя цена за недельный тур (включая гостиницу, завтраки, авиабилеты и трансфер от аэропорта и обратно) будет составлять примерно 35 000 рублей. Затраты на поездку распределяются следующим образом:

1. Билеты на транспорт (самолёт или поезд) – 20 000 рублей.
2. Два трансфера между аэропортом и местом отдыха – 2 000 – 3 000 рублей.
3. Проживание – 13 000 рублей в неделю в гостинице, включая завтраки.

Анализ рынка и изучение потенциального спроса на курорты позволяет предполагать, что доля иностранных туристов, скорее всего, будет незначительна на начальном этапе развития курортов, и даже после выхода курортов на проектную мощность она, вероятно, составит не более 15%. Это соответствует опыту абсолютного большинства стран с развитой горнолыжной инфраструктурой (исключение составляют только Швейцария, Австрия и Андорра), где основным источником спроса на горнолыжные курорты являются жители данных стран.

Политика предоставления скидок, как и у большинства конкурентов, для заявителя представляет собой, в первую очередь, инструмент регулирования заполняемости объектов, доходности, распределения в течение года. В период повышенного спроса скидки практически не предоставляются. В остальное время скидками от 20% до 35% будут поощряться групповые заезды, свадьбы, корпоративные, спортивные и прочие массовые мероприятия.

**Цены**

Политика ценообразования отражает принятую стратегию маркетинга, ориентированность на широкий выбор и массовость услуг.

Актуальность вопросов ценообразования обусловлена потребностью организации устанавливать обоснованные цены на услуги, позволяющие обеспечивать приемлемый уровень продаж и получение ожидаемой прибыли.

В качестве основного метода ценообразования был выбран комбинированный, то есть были выбраны цены конкурентов как отправная точка для **ценообразования, которые впоследствии были скорректированы по затратному методу и методу с ориентацией на спрос. Расценки на услуги в Проекте коррелируют с ценами в ряде аналогичных коттеджных комплексах Домбая и Архыза.**

Сбыт (Ценообразование, условия оплаты)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Продукт/Вариант** | **Ед. изм.** | **Цена (руб.)** | **Описание** |
| **Стандарт 2-хместный (основные места)** | Номер/сутки | 3200 | Продажа по факту |
| **Стандарт 3-хместный (основные места)** | Номер/сутки | 4000 | Продажа по факту |
| **Парковка** | М-место/сутки | **-** | Бесплатно для постояльцев комплекса |

В целях обоснования расценок на услуги был проведен анализ соответствия удельного веса всех видов затрат по отношению к суммарному доходу от всех видов гостиничных услуг среднеотраслевым показателям (Специализированное издание «Туризм и гостиничное хозяйство» <http://www.oturbiznese.ru/>).

Анализ удельного веса затрат по отношению к суммарному доходу от всех видов гостиничных услуг

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Статья затрат** | Отношение среднегодовых затрат к доходам, % | | |
| В проекте | Среднеотраслевые  показатели | Отклонения, +/- |
| Продукты питания |  |  |  |
| Коммунальные услуги |  |  |  |
| Услуги связи |  |  |  |
| Материальные затраты |  |  |  |
| Ремонт и содержание |  |  |  |
| Прочие |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |
| Реклама и маркетинг |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |
| Амортизация |  |  |  |
| Расходы на персонал |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |

Анализ показал, что удельный вес суммарных затрат по отношению к доходам в проекте на 12,1% меньше среднеотраслевых показателей, что свидетельствует о высокой конкурентоспособности проектируемого предприятия.

Это вызвано отсутствием у проектируемого предприятия такой статьи затрат, как продукты питания, поскольку не планируется оказывать услуги питания. Данный вид услуг изначально гораздо более затратный, нежели предоставление услуг проживания. Также наблюдается меньший удельный вес по следующим статьям:

* материальные затраты – на 3,9% за счет меньшей плотности расселения;
* административные затраты – на 2,2% за счет оптимизации административных и управленческих расходов;
* реклама и маркетинг – на 1,7% за счет проведения рекламных кампаний и продвижения бренда «ВТРК «Архыз» совместно с прочими резидентами;
* аренда – на 2% за счет применения понижающего коэффициента.

Больший удельный вес выявлен по следующим статьям:

* ремонт и содержание – на 1,3% за счет большей удельной площади на 1-го проживающего;
* амортизация – на 4% за счет того, предприятие является вновь созданным, и на все активы амортизация начисляется в полном объеме. У большинства же гостиничных хозяйств на балансе находятся постоянные активы с различной степенью износа, включая полностью самортизированные, соответственно, амортизация начисляется в меньшем объеме.

Расчет срока окупаемости капитальных затрат проведен в п. 10.4 настоящего бизнес-плана и составляет 5,08 года.

Рентабельность реализации услуг рассчитана на основании данных, приведенных в Отчете о прибылях и убытках п. 10.1 настоящего бизнес-плана.

Рентабельность реализации услуг

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год | 6 год | 7 год | 8 год | 9 год | 10 год |
| Выручка от эксплуатации объектов (валовой доход), тыс. руб. | - |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Валовая прибыль (операционная) прибыль, тыс. руб. | - |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Валовая рентабельность (продаж), %** | **-** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Высокий уровень рентабельности реализации услуг обусловлен низким удельным весом суммарных затрат по отношению к доходам в проекте.

Таким образом, проведенный анализ показал, что установленные расценки на услуги в проекте:

* являются конкурентоспособными;
* обеспечивают достаточный запас финансовой прочности;
* обеспечивают получение прибыли в долгосрочной перспективе.
  1. Тактика оказания услуг. Анализ методов реализации и их эффективность, приоритетные направления услуг в долгосрочной перспективе, наличие договоров и протоколов намерений на выполнение работ (производство продукции) и оказание услуг

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Потребности** | **Средство** | **Тактика и методы** |
| Информация о турпродукте, турах | Туроператоры, сайт, выставки, форумы | Планируется заключение долгосрочных договоров с турагентствами с системой скидок.  Учитывая все большую доступность сети Интернет, продвижение созданного турпродукта в сети будет более интенсивным и эффективным, чем обычная реклама. Таким образом, особая роль отводится интерактивному сайту с возможностью виртуального посещения Проекта, бронирования номеров и круглосуточных он-лайн консультаций. |
| Принятие решения, трансфер | Международный  Аэропорт «Минеральные Воды», планируемый Аэропорт «Зеленчукская»(Архыз) | Высокая стоимость перелетов являлась одним из основных сдерживающих факторов развития туризма в регионе. В настоящее время наблюдается тенденция к расширению географии полетов и снижению цен на авиаперелеты. Информация о рейсах и консультации по выбору оптимального маршрута будет также доводиться до потенциальных потребителей всеми доступными способами. |
| Размещение,  проживание | Количество мест коттеджного комплекса – 95 | Постоянная работа над качеством услуг по размещению туристов обеспечит популярность как объектов проживания, так и курорта в целом.  На этом этапе активно продолжается работа над продвижением турпродукта, но уже через проживающих туристов. Сервис, номенклатура услуг окажут влияние на создание ярких положительных впечатлений и возможность сразу поделиться ими через сеть Интернет. |

* 1. Политика предоставления гарантий качества услуг

Основными мероприятиями, обеспечивающими необходимый уровень качества услуг, являются:

Разработка, внедрение и совершенствование внутренних стандартов качества, соответствие государственным (СНиПы, СанПиНы) и мировым стандартам, Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;

Обучение, повышение квалификации и регулярная аттестация персонала;

Участие в добровольной сертификации качества;

Мониторинг общественного мнения, регулярные маркетинговые исследования;

Широкое использование современных возможностей интернет-технологий, развитие обратной связи.

Также помимо обязательного страхования, потребителям предлагается дополнительный выбор страховых услуг от компаний-партнеров.

* 1. Реклама и продвижение услуг на рынок. Объем средств, выделяемых на культурные мероприятия

Маркетинговые расходы направлены главным образом на рекламу, разработку логотипов, участие в совместных с другими резидентами мероприятиях в рамках продвижения бренда ВТРК «Архыз». Объем финансирования в год составит 393 тыс. руб. (98 тыс. руб./квартал).

Основой всего успеха при выходе на рынок являются грамотная рекламная компания и освещение привлекательности и качества оказываемых услуг.

1. Статьи в газетах и размещение рекламных блоков в печатных изданиях, специализирующихся на оказании гостиничных услуг и услуг общественного питания.
2. Создание рекламного ролика для продвижения услуг на рынок.
3. Участие в выставках и изготовление и трансляция рекламных роликов по итогам участия в выставках.
4. Развитие рекламной сети на Северном Кавказе.

Исходные данные и результаты расчетов затрат на маркетинг представлены в таблице.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Затраты** | **Периодичность** | **Стоимость (тыс. руб.)** |
| **выплат** |
| Размещение информации в печатных изданиях | Ежемесячно | 10 |
| Аренда баннеров | Ежемесячно | 10 |
| Изготовление рекламного ролика | Разовая выплата | 45 |
| Реклама на телевидении | Ежемесячно | 10 |

* 1. Стратегия в области качества

Обеспечительными мероприятиями качества услуг комплекса являются действия, предусмотренные политикой качества.

Стратегическими целями в области качества работ (продукции) и услуг являются:

* Постоянное повышение квалификации и обучение персонала;
* Организация и внедрение системы качества обслуживания в соответствии с международной системой ISO-9000;
* Получение международных сертификатов качества продукции и услуг;
* Внедрение международных стандартов гостиничного обслуживания.

1. Логистика производства

На дату подготовки настоящего Проекта Заявитель не планирует разработку месторождений минеральных вод, лечебных грязей и других лечебных ресурсов, их добычу, промышленный розлив минеральных вод и иное использование природных лечебных ресурсов.

1. Производственный план
   1. Место реализации Проекта (с обоснованием выбора) и (или) строительной площадки, их особенности

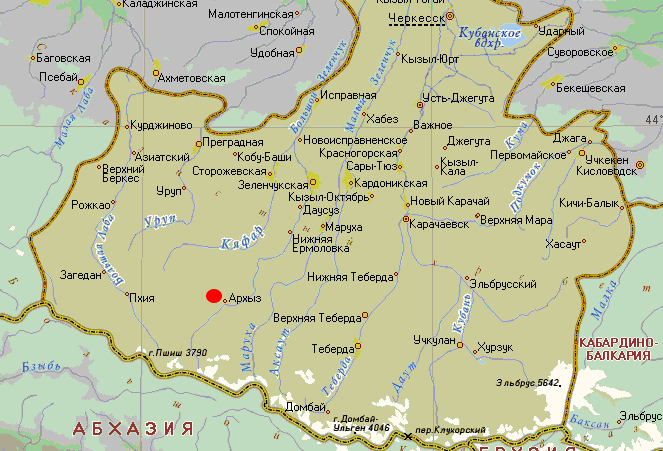
Поселок Лунная поляна является второй площадкой ВТРК «Архыз» после туристического поселка Романтик и находится на левом берегу р. Архыз в 11,5 км от пос. Архыз и в 3 км от поселка Романтик. Он имеет вытянутую форму с запада на восток и граничит:

* с севера, запада и востока - с лесными горными массивами;
* с юга - с р. Архыз.

Лунная поляна расположена к западу от г. Карачаевск на территории Зеленчукского района Карачаево-Черкесской Республики, размещается в горном районе, с отметками около 1 650-1 700 м над уровнем моря.

На рисунке 7 приведено местоположение поселка в масштабах Карачаево-Черкесской Республики Российской Федерации.

**Рисунок 7. Местонахождение поселка Лунная Поляна ВТРК «Архыз»**



**Инженерная инфраструктура**

Проект по строительству горнолыжного комплекса «Архыз» включен в федеральную целевую программу «Юг России» в части финансирования строительства подводящей инфраструктуры Проекта.

В соответствии с письмом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Правительства Карачаево-Черкесской республики от 09.07.12 г. №1506/05 определен следующий план мероприятий по строительству внешней инфраструктуры туристско-рекреационного комплекса «Архыз»:

* строительство линии электропередач ВЛ 110 кВ «Зеленчукская–Лунная Поляна», Зеленчукский район;
* строительство водозабора и сети водоснабжения горнолыжного комплекса п. Архыз, Зеленчукский район;
* строительство канализации и комплекса систем очистки сточных вод горнолыжного комплекса п. Архыз, Зеленчукский район;
* строительство подводящего газопровода «Зеленчук–Архыз–Дукка», Зеленчукский район.

На сегодняшний день указанные объекты построены.

**Транспортная инфраструктура**

Автомобильная дорога «Архыз-Дукка» в Зеленчукском районе протяженностью 14,1 км.

* 1. Необходимая площадь земельных участков для туристско-рекреационной деятельности.

Границы ОЭЗ «Архыз», расположенной на территориях Зеленчукского и Урупского муниципальных районов Карачаево-Черкесской Республики, утверждены дополнительными соглашениями № С-134-ОС/Д14 от 16.04.2013 г., № С-526-ОС/Д14 от 07.10.2013 г., № С-265-ЕЕ/Д14 от 01.07.2014 г., № С-68-АЦ/Д14 от 16.03.2015 г. к Соглашению о создании на территориях Зеленчукского и Урупского муниципальных районов Карачаево-Черкесской Республики туристско-рекреационной особой экономической зоны № С-8-ОС/Д25 от  19.01.2011 г. (далее – «Соглашение»).

Площадь ОЭЗ «Архыз» на территориях Зеленчукского и Урупского муниципальных районов Карачаево-Черкесской Республики составляет 19 527 га.

Для строительства 9-и коттеджей комплекса выбран участок общей площадью 1,24 га.

* 1. Необходимые объекты недвижимости для туристско-рекреационной деятельности

Проект предполагает строительство коттеджного комплекса, соответствующего европейским стандартам комфортабельности и качества обслуживания. Расположение комплекса предполагается на территории поселка Лунная поляна.

**Технико-экономические показатели коттеджного комплекса**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Ед. изм.** | **Показатель** |
| **Количество коттеджей** | шт. |  |
| **Количество номеров, в т.ч.** | шт. |  |
| **Стандарт 2-хместный** | шт. |  |
| **Стандарт 3-хместный** | шт. |  |
| **Общая площадь земельного участка (аренда)** | га |  |
| **Площадь застройки** | кв.м. |  |
| **Общая площадь здания** | кв.м. |  |
| **Строительный объем** | кв.м. |  |
| **Объекты инфраструктуры** | | |
| **Парковка** | м/мест |  |
| **Эксплуатационные показатели объекта:** |  |  |
| **сети газоснабжения** | куб.м./ч |  |
| **расход воды** | куб.м./сутки |  |
| **канализационные стоки** | куб.м./сутки |  |
| **расчетная электромощность** | КВт |  |

**Расчет-обоснование ресурсопотребления**

Расчеты выполнены согласно СП 31-110-2003, СП 124.13330.2012, СП 30.13330.2012, СНИП 2.04.01-85 Приложение 3.

**Расчет потребности в сетях газоснабжения:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Коттеджный комплекс** |
| На отопление, куб.м./час |  |
| На горячее водоснабжение, куб.м./час |  |
| **Всего расчетное потребление газа, куб.м./час** |  |

**Расчет расхода воды:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Коттеджный комплекс** |
| Кол-во мест размещения, койко-место |  |
| Норма расхода воды на 1- го проживающего, л/сут. |  |
| **Итого расход воды, м3/ сут.** |  |
| **ВСЕГО расход воды, м3/сут.** |  |

**Расчет мощности электропотребления**:

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Коттеджный комплекс** |
| Кол-во коттеджей |  |
| Среднее кол-во номеров в коттедже |  |
| Удельная нагрузка, кВт/номер (стр. 2 табл. 2.1.1 Инструкции РД 34.20.185-94) |  |
| **Расчетная нагрузка, кВт** |  |
| **Расчет нагрузки на кондиционирование** |  |
| Кол-во номеров |  |
| Удельная нагрузка на кондиционирование, кВт/кв. |  |
| **Расчетная нагрузка на кондиционирование, кВт** |  |
| Наружное освещение |  |
| **ИТОГО ориентировочная нагрузка, кВт** |  |
| **ИТОГО с учетом Кн.м. 0,8, кВт** |  |

Каждый коттедж комплекса представляют собой двухэтажное деревянное строение с цоколем из дикого камня.

Конфигурация строений и посадка определены архитектурной концепцией, расположением отведенного участка, направлением основных пешеходных и транспортных потоков.

* 1. Необходимые объекты и мощности инженерной, транспортной, социальной и иной инфраструктуры

**Водоснабжение**: м3/сутки. Подача воды планируется от существующего хозяйственно-противопожарного водопровода d=400 мм, с устройством камеры и водомерного узла;

**Канализирование** стоков: м3/сутки. Присоединение канализации Проекта планируется к существующей хозяйственно-бытовой канализации. Хозяйственно-бытовые стоки не требуют предварительной очистки;

**Горячее водоснабжение:** предусматривается от водоподогревателей, установленных в коттеджах;

**Теплоснабжение**: осуществляется водяными радиаторами с газовыми котлами;

**Электроснабжение**: от сетей ВТРК «Архыз» КВт;

**Сети газоснабжения**: куб.м./час;

**Мусороудаление**: Сбор мусора предусмотрен в мешках и контейнерах, оборудованных крышками, для сбора мусора на территории отелей и объектов рекреации, откуда по графику осуществляется его вывоз спецавтотранспортом на санкционированные свалки и площадки сортировки.

**Ливневая канализация, централизованная** – к существующей ливневой канализации на участке колодцев;

**Благоустройство территории**: Дороги с улучшенным грунтовым, дренирующим покрытием. Дорожки с покрытием из плитки тротуарной со швами заполненными песком. Дорожки выполняются по парковому типу, выше отметок земли на 10см.

* 1. Планирование и сметная стоимость работ по Проекту

Расчетный период строительства – с 1-го месяца 1-го года проекта по 5-й месяц 2-го года проекта.

Сметный расчет стоимости строительства по видам работ составлен в ценах по состоянию на 2 квартал 2016 г. в тыс. руб.

**Сметная стоимость строительных работ по проекту, тыс. руб.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Стоимость всего** |
| Строительная площадь |  |
| Заключение договора аренды участка |  |
| Изыскательские работы и подготовка проектной документации |  |
| Получение разрешения на строительство |  |
| Основные строительные работы |  |
| Внутриплощадочные сети и сооружения |  |
| Внешнеплощадочные сети и сооружения |  |
| Внутриплощадочные объекты транспортного хозяйства, телекоммуникации |  |
| Благоустройство площадки |  |
| Затраты заказчика/застройщика |  |
| Накладные расходы |  |
| Непредвиденные расходы |  |
| Оснащение (оборудование, инвентарь, системы безопасности) |  |
| ИТОГО затраты на капитальное строительство |  |
| В т.ч. НДС |  |

**Примечание**: Итоговое значение капитальных вложений получено путем округления результатов вычислений. Вычисления представлены в Приложении 1 лист ВД ячейки G130:G145.

**Календарный план работ по проекту**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование этапа работ** | **Срок выполнения работ** | | **Стоимость работ, тыс. руб.** |
| **Дата начала** | **Дата конца** |
| Заключение договора аренды участка |  |  |  |
| Изыскательские работы и подготовка  проектной документации |  |  |  |
| Получение разрешения на строительство |  |  |  |
| Возведение внешнеплощадочных сетей и сооружений |  |  |  |
| Основные строительные работы |  |  |  |
| Возведение внутриплощадочных сетей и сооружений |  |  |  |
| Возведение внутриплощадочных объектов транспортного хозяйства, телекоммуникации |  |  |  |
| Непредвиденные на стадии планирования расходы и затраты |  |  |  |
| Благоустройство площадки |  |  |  |
| Оснащение оборудованием, инвентарём, установка системы безопасности |  |  |  |
| Введение в эксплуатацию объекта |  |  |  |
| Достижение проектной мощности объекта |  |  |  |
| **ВСЕГО, тыс.руб.** | | |  |

* 1. Производственная программа заявителя в номенклатурном разрезе.

Доходные компоненты коттеджного комплекса складываются из доходов от услуг проживания в номерах категории стандарт, а также из доходов от предоставления дополнительных мест и оказания платных услуг бытового характера.

Структура доходов зависит от номерного фонда комплекса.

**Коттеджный комплекс «».**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Ед. изм.** | **Показатель** | | | | | | | | | |
| **Коттеджный комплекс в пос. Лунная поляна** | | | | | | | | | |
| **№ здания** |  | **М 5.1** | **М 5.2** | **М 5.3** | **М 5.4** | **М 5.5** | **М 5.6** | **М 5.7** | **М 5.8** | **М 5.9** | **Итого** |
| **Количество основных мест размещ-я** | чел. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Количество номеров, в т.ч.** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Стандарт 2-хместный** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Стандарт 3-хместный** | шт. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Объекты инфраструктуры** | | | | | | | | | | | |
| **Парковка** | м-мест |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Имеется возможность предоставления -и добавочных мест.

Внутригодичная заполняемость объектов также является основание для последующего расчета планируемых доходов.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Внутригодичная заполняемость объектов** | | | | | | | | | | | | | |
| **№** | **Объект** | **Январь** | **Февраль** | **Март** | **Апрель** | **Май** | **Июнь** | **Июль** | **Август** | **Сентябрь** | **Октябрь** | **Ноябрь** | **Декабрь** |
| 1 | Гостиничные услуги |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Структура выручки коттеджного комплекса от услуг проживания**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Услуги проживания** | **Удельный вес** |
| 1 | Стандарт 2-хместный |  |
| 2 | Стандарт 3-хместный |  |
|  | **Итого:** |  |

Дополнительные услуги – услуги бытового характера, предоставление дополнительных мест и прочие. Ожидаются в размере 10% от доходов от услуг проживания.

**Структура среднегодовой выручки коттеджного комплекса**

* 1. План капитальных вложений

Удельный вес видов капитальных вложений рассчитывается на основании сметной стоимости строительных работ.

**План капитальных вложений в строительство коттеджного поселка, тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование работ** | **ИТОГО** | 1 мес. 01 | 2 мес. 01 | 3 мес. 01 | 4 мес. 01 | 5 мес. 01 | 6 мес. 01 | 7 мес. 01 | 8 мес. 01 | 9 мес. 01 | 10 мес. 01 | 11 мес. 01 | 12 мес. 01 |
| Заключение договора аренды участка |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Изыскательские работы и подготовка  проектной документации |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Получение разрешения на строительство |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Основные строительные работы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Внутриплощадочные сети и сооружения |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Внешнеплощадочные сети и сооружения |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Внутриплощадочные объекты транспортного  хозяйства, телекоммуникации |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Благоустройство площадки |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Затраты заказчика/застройщика |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Накладные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Непредвиденные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Оснащение (оборудование, инвентарь,  системы безопасности) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование работ** | 1 мес. 02 | 2 мес. 02 | 3 мес. 02 | 4 мес. 02 | 5 мес. 02 |
| Заключение договора аренды участка |  |  |  |  |  |
| Изыскательские работы и подготовка проектной документации |  |  |  |  |  |
| Получение разрешения на строительство |  |  |  |  |  |
| Основные строительные работы |  |  |  |  |  |
| Внутриплощадочные сети и сооружения |  |  |  |  |  |
| Внешнеплощадочные сети и сооружения |  |  |  |  |  |
| Внутриплощадочные объекты транспортного хозяйства, телекоммуникации |  |  |  |  |  |
| Благоустройство площадки |  |  |  |  |  |
| Затраты заказчика/застройщика |  |  |  |  |  |
| Накладные расходы |  |  |  |  |  |
| Непредвиденные расходы |  |  |  |  |  |
| Оснащение (оборудование, инвентарь, системы безопасности) |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |

**Примечание**: Итоговое значение капитальных вложений получено путем округления результатов вычислений. Вычисления представлены в Приложении 1 лист ВД ячейки G130:X145.

**Структура капитальных вложений по проекту.**

* 1. Стратегия материально-технического обеспечения программы туристско-рекреационной деятельности

Стратегия материально-технического обеспечения программ направлена на максимальное привлечение республиканских предприятий-поставщиков. Естественным образом в организацию туристической индустрии будут вовлечены сельскохозяйственные и пищеперерабатывающие предприятия, промышленное производство строительных материалов.

Перечень поставщиков приведен в п. 3.8.

Структура переменных и условно-переменных затрат на услуги проживания сформирована на основании планируемых калькуляций 1-го номеро-дня проживания в коттеджном комплексе.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Расходы без НДС, руб.** | Стандартный  двухместный номер (основные места) | Стандартный  трехместный номер (основные места) |
| 1 | Коммунальные услуги |  |  |
| 2 | Услуги связи |  |  |
| 3 | Материальные затраты |  |  |
| 4 | Ремонт и содержание |  |  |
| 5 | Прочие |  |  |
|  | **Всего расходов** |  |  |
|  | Прибыль на единицу |  |  |
|  | **СТОИМОСТЬ услуги** |  |  |
|  | **Стоимость услуги без НДС** |  |  |
|  | **Отношение расходов к доходам** |  |  |

Помимо перечисленных в калькуляции переменных и условно-переменных расходов, в структуре общих затрат учтены следующие статьи постоянных расходов:

**Аренда земельного участка.** Рассчитывается по методике расчета арендной платы по договорам аренды земельных участков, расположенных в пределах территорий особых экономических зон (в соответствии с приказом от 14.07.2006 № 190 Минэкономразвития России) для резидентов, осуществляющих туристско-рекреационную деятельность. Кадастровая стоимость 1 га выбранного для застройки участка 182 200 руб. Годовая аренда участков под строительство коттеджного комплекса суммарной площадью 1,24 га без учета понижающего коэффициента составит 4 519 руб. Понижающий коэффициент 1% будет применяться для расчета стоимости аренды в течение 3-х лет.

**Амортизация**;

**Административные расходы**. В проекте предусмотрено выделение в отдельную статью административных расходов (общехозяйственных), необходимых для функционирования комплекса;

**Маркетинговые расходы** (расходы на рекламу). Описаны в п. 5.6 и 5.8;

**ФОТ и отчисления в фонды**.

**Структура полной себестоимости оказания услуг**

* 1. Оценка обеспеченности потребностей квалифицированным персоналом для туристско-рекреационной деятельности

Потребность в персонале рассчитана на основе организационной структуры управления коттеджным поселком. Набор и подготовка специалистов начнется ориентировочно за 2 мес. до ввода в эксплуатацию коттеджного поселка. До этого времени планируется работа с учебными заведениями, органами управления ОЭЗ, а также в рамках взаимодействия с другими резидентами.

**Штатное расписание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **АППАРАТ УПРАВЛЕНИЯ** | | | |
| **ДОЛЖНОСТЬ** | Количество | Оклад, руб. | ФОТ, руб. |
| Управляющий | 1 |  |  |
| Менеджер по сбыту | 1 |  |  |
| Инспектор отдела кадров | 0.5 |  |  |
| Главный бухгалтер | 1 |  |  |
| Бухгалтер, Кассир | 1 |  |  |
| Системный администратор | 0.5 |  |  |
| **ИТОГО** | **5** |  |  |
| **ПОСТОЯННЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ КОТТЕДЖНОГО КОМПЛЕКСА** | | | |
| Управляющий комплексом | 1 |  |  |
| Администратор | 1 |  |  |
| Завхоз | 0.5 |  |  |
| Водители | 1 |  |  |
| Слесарь-ремонтник | 0.5 |  |  |
| Электрик | 0.5 |  |  |
| Кастелян | 0.5 |  |  |
| Старшая горничная | 0.5 |  |  |
| Горничные | 3 |  |  |
| Уборщица | 2 |  |  |
| Уборщик территорий | 3 |  |  |
| Начальник охраны | 0.5 |  |  |
| Охранники | 4 |  |  |
| **ИТОГО** | **18** |  |  |
| **ВСЕГО РАБОТНИКОВ** | **23** |  |  |

Квалификационные требования к персоналу определяются Порядком классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи (утв. приказом Министерства спорта, туризма и молодёжной политики РФ от 25 января 2011 г. № 35).

В целях обеспечения качества обслуживания персонал ООО «» на ежегодной основе будет проходить курсы, тренинги и прочие краткосрочные программы повышения квалификации. В целях проверки и подтверждения профессиональной компетенции персонал будет проходить на добровольной основе независимую оценку квалификации в центре оценки квалификаций.

Планируемая система оплаты труда: повременно-премиальная.

Изменения в структуре персонала по мере развития бизнеса не планируются. Численность работников и фонд оплаты труда определены для временного периода, в котором предприятие функционирует на полную мощность. Динамика изменений этих показателей в первые годы реализации проекта реализована посредством корректировки показателей в соответствии с годовой динамикой заполняемости объектов (Приложение 1 лист ВД ячейки В220:О221).

* 1. Характеристика экологических последствий реализации Проекта, обеспечение экологической и технической безопасности.

Устойчивое развитие равнинных территорий Северного Кавказа во многом определяется состоянием горных геосистем от отметки 500 метров над уровнем моря и выше. Как известно, горы являются источником водоснабжения, они не только преобразуют климат региона, но и создают свои неповторимые природно-климатические образования, привлекательные рекреационными ресурсами, географическим разнообразием, социально-культурными ценностями и другими интегрированными компонентами.

Принятая правительством России стратегия развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года, делает регион привлекательным в экономическом, стратегическом, и географическом отношениях, но особенности региона не всегда в достаточной мере учитываются при формировании государственной политики.

Сложившаяся в КЧР социально-экологическая и экономическая ситуация разрешима на принципах устойчивого развития. В рамках этого подхода был организован системный мониторинг, включающий в себя наблюдения за состоянием геоэкологической системы КЧР, оценку настоящего состояния и прогнозирование будущего состояния.

Выявленная по данным мониторинга социально-экологическая ситуация может служить базой для создания механизма, обеспечивающего рациональное природопользование, восстановление экологического баланса в Карачаево-Черкесии путем воздействия на те природные объекты в районах республики, которые в наибольшей степени деформированы и продолжают трансформироваться под воздействием антропогенных нагрузок.

Комплексная оценка современных социально-экологических тенденций КЧР в контексте глобальных процессов и региональной антропогенной деятельности легла в основу разрабатываемой концепции устойчивого развития.

Проект предполагает минимальное нарушение природного состояния участка. Соответственно, экологическая и техническая безопасность будет поддерживаться на высочайшем уровне.

Движение спецавтотранспорта предусмотрено по существующим местным дорогам с улучшенным грунтовым покрытием.

Отдыхающие проезжают к месту своего размещения, выгружаются и возвращают автомобиль на охраняемую парковку, где организован сбор и очистка ливневых вод локальными очистными сооружениями. Движение автотранспорта на бензиновом и дизельном ходу – временное (разовое). Автостоянки для длительного размещения автотранспорта оборудуются локальными очистными сооружениями.

Необходимый объем средств, выделяемых на природоохранные предприятия, заложен в статье «Административные расходы». Фактический объем средств, выделяемых на природоохранные мероприятия, будет определен в соответствии с законодательством РФ, а также региональными правовыми актами и будет выплачиваться в виде обязательных публично-правовых платежей и сборов.

* 1. Анализ системы качества услуг

Качество услуг коттеджного комплекса обеспечивается мероприятиями, предусмотренными политикой качества.

* + 1. **Организация обслуживания туристов (доставка и размещение туристов, питание, транспорт, организация досуга, лечения на минеральных источниках и т.п.)**

Проект предполагает следующие мероприятия по организации обслуживания туристов:

**1. Транспорт**

* Предоставление услуг такси;
* Предоставление услуг парковки для собственного транспорта;
* Сотрудничество с туроператорами в части разработки оптимальных маршрутов и видов транспорта для доставки туристов;
* Совместные с другими резидентами ОЭЗ регулярные маршруты.

**2. Размещение**

* Служба размещения.

**3. Питание**

* Возможность приготовления пищи в номере;
* Круглосуточные бары;
* Рестораны.

**4. Досуг**

* Служба досуга, организация туров;
* Спортивные мероприятия (футбол, волейбол, теннис, арбалет, баскетбол, арбалет и т.п.).
  + 1. **Рынок сырья для обслуживания туристско-рекреационных зон**

Рынок продуктов, расходных материалов, бытовой химии, инвентаря, оборудования, снаряжения определён преимущественно на территории КЧР. Поставщикам Зеленчукского и Урупского районов будет отдаваться предпочтение.

1. Организационный план
   1. Краткая характеристика членов совета директоров и высшего руководства организации-заявителя

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **ФИО** | **Долж-ность** | **Дата рождения** | **Телефон** | **Образо-вание** | **Семейное положе-ние** | **Послужной список** | **Опыт работы** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |

* 1. Организационная структура управления организации-заявителя

Основные должностные обязанности управляющего создаваемого предприятия:

* Текущее управление деятельностью предприятия;
* Разработка стратегий развития предприятия;
* Постановка целей деятельности предприятия и выполнение поставленных задач;
* Реализация проекта поэтапно и в целом;
* Организация и координация работы структурных подразделений предприятия;
* Организация денежных потоков.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | **Аппарат управления** | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Коттеджный поселок** | |  |  |  |  |  | Бухгалтерия | |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Администрация | |  |  |  |  |  | Отдел кадров | |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Служба приема и размещения | |  |  |  |  |  | Отдел продаж | |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Служба безопасности | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Хозяйственный отдел | |  | Служба горничных | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

* 1. План-график основных мероприятий развития бизнеса

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мероприятие** | **Длительность** | **Дата начала** | **Дата конца** | **Ответственный исполнитель** |
| **Строительство комплекса** |  |  |  |  |
| Заключение договора аренды участка |  |  |  |  |
| Изыскательские работы и подготовка  проектной документации |  |  |  |  |
| Получение разрешения на строительство |  |  |  |  |
| Возведение внешнеплощадочных сетей и сооружений |  |  |  |  |
| Основные строительные работы |  |  |  |  |
| Возведение внутриплощадочных сетей и сооружений |  |  |  |  |
| Возведение внутриплощадочных объектов транспортного хозяйства, телекоммуникации |  |  |  |  |
| Благоустройство площадки |  |  |  |  |
| Оснащение оборудованием, инвентарём, установка системы безопасности |  |  |  |  |
| Введение в эксплуатацию комплекса |  |  |  |  |

1. Финансовый план
   1. Анализ финансово-хозяйственного состояния заявителя

Заявитель является организацией, зарегистрированной 04.05.2016 г. специально для ведения деятельности в ОЭЗ Зеленчукского и Урупского районов в качестве резидента. Результатов хозяйственной деятельности на дату подачи заявки не имеет.

* 1. Доходы и расходы заявителя

План доходов составлен на основании структуры выручки, прейскуранта цен на услуги, приведенном в п. 5.5, а также сезонной динамике цен и годовой динамике заполняемости.

**Доходы заявителя, тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 мес. 01 | 2 мес. 01 | 3 мес. 01 | 4 мес. 01 | 5 мес. 01 | 6 мес. 01 | 7 мес. 01 | 8 мес. 01 | 9 мес. 01 | 10 мес. 01 | 11 мес. 01 | 12 мес. 01 | 1 год |
| **Гостиничные услуги** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стандартный двухместный номер |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стандартный трехместный номер |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Дополнительные услуги |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 кв.02 | 2 кв.02 | 3 кв.02 | 4 кв.02 | **2 год** | 1 кв.03 | 2 кв.03 | 3 кв.03 | 4 кв.03 | **3 год** |
| **Гостиничные услуги** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стандартный двухместный номер |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Стандартный трехместный номер |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Дополнительные услуги |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **4 год** | **5 год** | **6 год** | **7 год** | **8 год** | **9 год** | **10 год** |
| **Гостиничные услуги** |  |  |  |  |  |  |  |
| Стандартный двухместный номер |  |  |  |  |  |  |  |
| Стандартный трехместный номер |  |  |  |  |  |  |  |
| Дополнительные услуги |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Примечание**: 4-й и 8-й годы проекта включают февраль високосного года. Расчетное количество дней – 366. | | | | | | | |

**Расходы заявителя, тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 мес. 01 | 2 мес. 01 | 3 мес. 01 | 4 мес. 01 | 5 мес. 01 | 6 мес. 01 | 7 мес. 01 | 8 мес. 01 | 9 мес. 01 | 10 мес. 01 | 11 мес. 01 | 12 мес. 01 | **1 год** |
| Коммунальные услуги |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Услуги связи |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Материальные затраты |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ремонт и содержание |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Реклама и маркетинг |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Амортизация |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на персонал |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Примечание:** все расходы, произведенные до начала хозяйственной деятельности предприятия, учтены в капитальных вложениях.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 кв.02 | 2 кв.02 | 3 кв.02 | 4 кв.02 | **2 год** | 1 кв.03 | 2 кв.03 | 3 кв.03 | 4 кв.03 | **3 год** |
| Коммунальные услуги |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Услуги связи |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Материальные затраты |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ремонт и содержание |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Реклама и маркетинг |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Амортизация |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на персонал |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **4 год** | **5 год** | **6 год** | **7 год** | **8 год** | **9 год** | **10 год** |
| Коммунальные услуги |  |  |  |  |  |  |  |
| Услуги связи |  |  |  |  |  |  |  |
| Материальные затраты |  |  |  |  |  |  |  |
| Ремонт и содержание |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие |  |  |  |  |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |  |  |  |  |
| Реклама и маркетинг |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |  |  |  |  |
| Амортизация |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на персонал |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |

* 2. Движение денежных средств, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 мес.01 | 2 мес.01 | 3 мес.01 | 4 мес.01 | 5 мес.01 | 6 мес.01 | 7 мес.01 | 8 мес.01 | 9 мес.01 | 10 мес.01 | 11 мес.01 | 12 мес.01 |
| **Операционная деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Поступления |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Себестоимость услуг |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на рекламу |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на персонал |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на недвижимость |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Движение по НДС |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по операционной деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Инвестиционная деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Капитальные вложения |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по инвестиционной деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Финансовая деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Кредитная линия по инвестиционной деятельности |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Процентные платежи |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Погашение кредитной линии |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Взнос учредителей |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по финансовой деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Изменение денежных средств за период** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Денежные средства на начало** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Денежные средства на конец** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 кв.02 | 2 кв.02 | 3 кв.02 | 4 кв.02 | 1 кв.03 | 2 кв.03 | 3 кв.03 | 4 кв.03 |
| **Операционная деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Поступления |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Себестоимость услуг |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на рекламу |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на персонал |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на недвижимость |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Движение по НДС |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по операционной деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Инвестиционная деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Капитальные вложения |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по инвестиционной деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Финансовая деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Кредитная линия по инвестиционной деятельности |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Процентные платежи |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Погашение кредитной линии |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Взнос учредителей |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по финансовой деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Изменение денежных средств за период** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Денежные средства на начало** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Денежные средства на конец** |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 4 год | 5 год | 6 год | 7 год | 8 год | 9 год | 10 год |
| **Операционная деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |
| Поступления |  |  |  |  |  |  |  |
| Себестоимость услуг |  |  |  |  |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на рекламу |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на персонал |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на недвижимость |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |
| Движение по НДС |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по операционной деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Инвестиционная деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |
| Капитальные вложения |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по инвестиционной деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Финансовая деятельность** |  |  |  |  |  |  |  |
| Кредитная линия по инвестиционной деятельности |  |  |  |  |  |  |  |
| Процентные платежи |  |  |  |  |  |  |  |
| Погашение кредитной линии |  |  |  |  |  |  |  |
| Взнос учредителей |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого денежный приток/отток по финансовой деятельности** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Изменение денежных средств за период** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Денежные средства на начало** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Денежные средства на конец** |  |  |  |  |  |  |  |

* 1. Налоговые платежи

**Налоговые платежи по видам налогов, тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 мес. 01 | 2 мес. 01 | 3 мес. 01 | 4 мес. 01 | 5 мес. 01 | 6 мес. 01 | 7 мес. 01 | 8 мес. 01 | 9 мес. 01 | 10 мес. 01 | 11 мес. 01 | 12 мес. 01 | **1 год** |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| НДС |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на имущество |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| НДФЛ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Страховые взносы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 кв.02 | 2 кв.02 | 3 кв.02 | 4 кв.02 | **2 год** | 1 кв.03 | 2 кв.03 | 3 кв.03 | 4 кв.03 | **3 год** |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| НДС |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на имущество |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| НДФЛ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Страховые взносы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 4 год | 5 год | 6 год | 7 год | 8 год | 9 год | 10 год |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |
| НДС |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на имущество |  |  |  |  |  |  |  |
| НДФЛ |  |  |  |  |  |  |  |
| Страховые взносы |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |  |  |

**Структура налоговых платежей**

* 1. Предполагаемый объем инвестиций по Проекту с указанием источников финансирования

Для строительства коттеджного комплекса необходимо тыс. руб. Проект полностью финансируется за счет собственных средств.

1. Оценка эффективности Проекта и рисков его реализации
   1. Расчет абсолютных экономических показателей деятельности заявителя

**Прогнозный отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 мес.01 | 2 мес.01 | 3 мес.01 | 4 мес.01 | 5 мес.01 | 6 мес.01 | 7 мес.01 | 8 мес.01 | 9 мес.01 | 10 мес.01 | 11 мес.01 | 12 мес.01 | **1 год** |
| Выручка от эксплуатации объектов |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выручка от объектов реализации |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Себестоимость эксплуатации объектов |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие расходы, относимые на себестоимость |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Административные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на недвижимость |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Затраты на персонал |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда земли |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Коммерческие расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Реклама и маркетинг |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Валовая прибыль (EBITDA)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Амортизация |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Операционная прибыль (EBIT)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Проценты к уплате |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Чистая прибыль** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Чистая прибыль нарастающим итогом** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 кв.02 | | 2 кв.02 | | 3 кв.02 | 4 кв.02 | | **2 год** | | 1 кв.03 | 2 кв.03 | 3 кв.03 | | 4 кв.03 | | **3 год** |
| Выручка от эксплуатации объектов |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Выручка от объектов реализации |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Себестоимость эксплуатации объектов |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Прочие расходы, относимые на себестоимость |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Административные расходы |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Налог на недвижимость |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Затраты на персонал |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Аренда земли |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Коммерческие расходы |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Реклама и маркетинг |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| **Валовая прибыль (EBITDA)** |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Амортизация |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| **Операционная прибыль (EBIT)** |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Проценты к уплате |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| Налог на прибыль |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| **Чистая прибыль** |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| **Чистая прибыль нарастающим итогом** |  | |  | |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  |
| **Показатель** | | 4 год | | 5 год | | | 6 год | | 7 год | | 8 год | | 9 год | | 10 год | |
| Выручка от эксплуатации объектов | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Выручка от объектов реализации | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Себестоимость эксплуатации объектов | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Прочие расходы, относимые на себестоимость | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Административные расходы | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Налог на недвижимость | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Затраты на персонал | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Аренда земли | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Коммерческие расходы | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Реклама и маркетинг | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Валовая прибыль (EBITDA)** | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Амортизация | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Операционная прибыль (EBIT)** | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Проценты к уплате | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Налог на прибыль | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Чистая прибыль** | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Чистая прибыль нарастающим итогом** | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Примечание**: чистая прибыль в динамике падает из-за увеличения тарифов страховых взносов (14% до 2018 г., 21% - до 2019 г. и 28%  после 2019 г.), а также за счет налога на прибыль (в части, зачисляемой в федеральный бюджет, ставка 0% до 2023 г. и 2% с 01.01.2023 г.) | | | | | | | | | | | | | | | | |

**Распределение прибыли по годам**

* 1. Расчет чистой приведенной стоимости Проекта (по месяцам).

**Чистая приведенная стоимость Проекта (NVP)** – это сумма дисконтированных денежных потоков, приведённых к сегодняшнему дню с учетом временной стоимости денег и ожидаемых рисков по Проекту.

**CFt** – денежный поток через t лет

**i** – ставка дисконтирования;

**t** – период.

**Порядок определения ставки дисконтирования**

**Требуемая доходность на собственный капитал** - ожидаемая доходность, компенсирующая отраслевые, страновые и прочие риски, которые берет на себя инвестор при вложении средств в Проект.

**Требуемая доходность на собственный капитал**  = Безрисковая ставка + ß\*(Премия за риск инвестиций) + премия за страновой риск + премия за валютный риск + премия за промышленный риск, где:

* **Безрисковая ставка – 5,316**% (доходность EurobondsRussia-43)по данным Интернет-проекта Информационного Агентства Финмаркет на 10.05.2016 г.;
* **ß** = Безрычаговая ß \* (1+(1-Налог на прибыль)\*Доля заемных средств / Доля собственных средств), где Безрычаговая ß – коэффициент, отражающий изменчивость доходности отраслевого портфеля по отношению к доходности среднерыночного;
* **Безрычаговая ß** – среднее показание **23**% из отчета Научно-практического центра профессиональной оценки за 2012 год для гостиниц;
* **Премия за риск инвестиций** – **2,8**% – расчетная на основании 10 критериев оценки;
* **Премия за страновой риск** – **2,78**% – в среднем за 1 кв. 2016 г. Источник: Bloomberg, PSB Research;
* **Премия за валютный риск** – **6,5**% – разница между доходностями к погашению правительственных облигаций Россия-2030-11т (USD) и облигаций ГКО-ОФЗ(RUR) по данным Интернет-проекта Информационного Агентства Финмаркет на 10.05.2016 г.;
* **Премия за промышленный риск** – **3**% – экспертное мнение консультанта (под промышленным риском понимают опасность нанесения предприятию и третьим лицам вследствие нарушения нормального хода производственного процесса в результате проявления природных, техногенных и смешанных событий).

**WACC**-средневзвешенная стоимость капитала, используется для вычисления ставки дисконтирования при оценке эффективности инвестиций в случае, когда привлекаются средства из разных источников с разной стоимостью.

**WACC**= Доля собственного капитала \* Требуемая доходность на собственный капитал + (1-Налог на прибыль)\*Доля заемного капитала\*Ставка по кредиту

Таким образом, средняя ставка дисконтирования по Проекту составляет **18,2%.**

**Чистый денежный и чистый дисконтированный денежный потоки, тыс. руб**.

* 1. Расчет показателя внутренней нормы рентабельности IRR

Внутренняя норма доходности – это процентная ставка, при которой чистый дисконтированный доход (NPV) равен 0. NPV рассчитывается на основании потока платежей, дисконтированного к сегодняшнему дню.

**В рассматриваемом Проекте ее значение составляет 23,1%.**

Проект считается приемлемым, если рассчитанное значение IRR не ниже требуемой нормы рентабельности, которая определяется инвестиционной политикой компании.

* 1. Расчет срока окупаемости инвестиций по Проекту

**Срок окупаемости (PBP)** – представляет собой количество лет, в течение которых чистый доход от деятельности компании возмещает инвестиции и рассчитывается по следующей формуле:

TIC – полные инвестиционные затраты Проекта;

NCF – чистый денежный поток за один интервал планирования.

**.**

**Дисконтированный срок окупаемости (DPBP)** – представляет собой количество лет, в течение которых чистый доход от деятельности компании возмещает дисконтированные инвестиции и рассчитывается по следующей формуле:

TIC – полные инвестиционные затраты Проекта;

DNCF – чистый дисконтированный денежный поток за один интервал планирования.

**.**

Показатели эффективности проекта сведены в таблицу:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели инвестиционной привлекательности Проекта** | | |
| **Показатель** | **Ед. изм.** | **Значение** |
| Свободный денежный поток накопительным итогом | тыс. руб. | 110 627 |
| Чистая прибыль | тыс. руб. | 84 892 |
| Чистая приведенная стоимость Проекта | тыс. руб. | 6 009 |
| Внутренняя норма доходности Проекта | % | 23.1% |
| PBP (Срок окупаемости) проекта | лет. | 5.08 |
| DBP (Дисконтированный срок окупаемости) проекта | лет. | 7.83 |

Период расчета интегральных показателей - 120 мес.

* 1. Определение точки безубыточности деятельности заявителя

Данный показатель рассчитывается как отношение величины постоянных расходов к разности цены работ и услуг и величины переменных расходов, деленной на объем реализации работ и услуг.

**Точка безубыточности, тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год | 6 год | 7 год | 8 год | 9 год | 10 год |
| Точка безубыточности | - |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Анализ чувствительности**

Целью анализа чувствительности проекта является определение степени влияния варьируемых факторов на финансовый результат проекта. Наиболее распространенный метод, используемый для проведения анализа чувствительности имитационное моделирование. В качестве интегральных показателей, характеризующих финансовый результат проекта, используются рассмотренные ранее показатели эффективности, такие как: внутренняя норма рентабельности, срок окупаемости, чистый приведенный доход, индекс прибыльности.

В данном проекте проведен анализ чувствительности инвестиционного проекта посредством варьирования следующих параметров:

* капитальные вложения;
* ставки продаж;
* доходность на собственный капитал;

В процессе анализа чувствительности варьируется в определенном диапазоне значение одного из выбранных факторов при фиксированных значениях остальных и определяется зависимость интегральных показателей эффективности от этих изменений.

Анализ чувствительности показал, что данный проект допускает

снижение

* ставок продаж на 11%;

повышение

* стоимости капитальных вложений на 16%;
* доходности на собственный капитал на 27%;

Ниже представлено графическое описание влияния изменения перечисленных показателей на чистый дисконтированный доход. Точка пересечения графиком оси абсцисс показывает указанные выше параметры.

Значения показателей, характеризующие чувствительность проекта к изменениям рыночной ситуации свидетельствуют о достаточном запасе прочности проекта.

**Анализ чувствительности проекта, NPV, тыс. руб.**

* 1. Анализ основных видов рисков

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вид риска** | **Уровень риска** | |  | | --- | | **Мероприятия по снижению** | |
| **1** | **Технологические риски**  Риски применения некачественного туристско-рекреационного оборудования; недостаточной обеспеченности дополнительной оснастки и снаряжения для конного туризма; недостаточной подготовки обслуживающего персонала; отсутствия квалифицированных кадров; несоблюдения норм и правил безопасности. | **Низкий** | Контроль соблюдения установленных норм, правил и методик. Внедрение международных стандартов оказания гостиничных услуг. Независимая экспертиза проекта. Повышение квалификации персонала. |
| **2** | **Организационный и управленческий риски**  Риски возникновения ошибки планирования, неэффективной координации работ и т. п. | **Средний** | Использование передового опыта управления проектами Принятие мер по уменьшению последствий возможных ошибок (регламентация проекта, дробление проекта на этапы и стадии и т. п.) Привлечение внешнего независимого управляющего проектом. Встречи и переговоры для решения возникающих вопросов и проблем. |
| **3** | **Риск материально-технического обеспечения** | **Минимальный** |  |
| **4** | **Финансовый риск**  Риски перерасхода бюджета проекта из-за неправильных оценок, срывов сроков выполнения работ, ошибок исполнителя и т. п. | **Средний** | Особые условия в договоре (условия оплаты, штрафные санкции и т. п.) Исключительное внимание к планированию и контролю исполнению бюджета. |
| **5** | **Экономические риски**  Риски, связанные с экономической политикой государства; финансовые риски, связанные с кризисом денежно-кредитной системы, инфляцией; валютные риски, связанные с изменением курсов валют | **Высокий** | Управлять такими рисками можно только на макроуровне, а на уровне проекта эти риски необходимо анализировать и учитывать, чтобы минимизировать возможный ущерб от их наступления |
| **6** | **Экологические риски**  Риски возможных штрафных санкций. | **Средний** | Проект предполагает минимальное нарушение природного состояния участка. Соответственно, экологическая и техническая безопасность будет поддерживаться на высочайшем уровне. |

1. Приложения

Приложение № 1 – Имитационная финансовая модель

Приложение № 2 – Прогнозный баланс, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **1 мес. 01** | **2 мес. 01** | | **3 мес. 01** | | **4 мес. 01** | **5 мес. 01** | | **6 мес. 01** | | **7 мес. 01** | | **8 мес. 01** | **9 мес. 01** | | **10 мес. 01** | | **11 мес. 01** | | **12 мес. 01** |
| **АКТИВЫ** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **Долгосрочные активы** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Нематериальные активы |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Основные средства |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Незавершенное строительство |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Доходные вложения в материальные ценности |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Долгосрочные финансовые вложения |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Отложенные налоговые активы |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **Краткосрочные активы** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Запасы |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Дебиторская задолженность |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| *Авансы выданные* |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| *Прочие дебиторы* |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Денежные средства и их эквиваленты |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Краткосрочные финансовые вложения |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **ИТОГО АКТИВЫ** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **ПАССИВЫ** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **Капитал и резервы** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Уставной капитал |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Добавочный капитал |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Резервный капитал |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Целевое финансирование |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **Долгосрочные обязательства** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Кредиторская задолженность |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Отложенные налоговые обязательства |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Займы и кредиты полученные |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Прочие обязательства |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **Краткосрочные обязательства** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Кредиторская задолженность |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Доходы будущих периодов |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Займы и кредиты полученные |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| Прочие обязательства |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **ИТОГО ПАССИВЫ** |  |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |
| **Показатель** | | | **1 кв.02** | | **2 кв.02** | | | **3 кв.02** | | **4 кв.02** | | **1 кв.03** | | | **2 кв.03** | | **3 кв.03** | | **4 кв.03** | |
| **АКТИВЫ** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **Долгосрочные активы** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Нематериальные активы | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Основные средства | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Незавершенное строительство | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Доходные вложения в материальные ценности | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Долгосрочные финансовые вложения | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Отложенные налоговые активы | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **Краткосрочные активы** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Запасы | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Дебиторская задолженность | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| *Авансы выданные* | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| *Прочие дебиторы* | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Денежные средства и их эквиваленты | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Краткосрочные финансовые вложения | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **ИТОГО АКТИВЫ** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **ПАССИВЫ** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **Капитал и резервы** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Уставной капитал | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Добавочный капитал | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Резервный капитал | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Целевое финансирование | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **Долгосрочные обязательства** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Кредиторская задолженность | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Отложенные налоговые обязательства | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Займы и кредиты полученные | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Прочие обязательства | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **Краткосрочные обязательства** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Кредиторская задолженность | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Доходы будущих периодов | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Займы и кредиты полученные | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| Прочие обязательства | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |
| **ИТОГО ПАССИВЫ** | | |  | |  | | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **4 год** | **5 год** | **6 год** | **7 год** | **8 год** | **9 год** | **10 год** |
| **АКТИВЫ** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Долгосрочные активы** |  |  |  |  |  |  |  |
| Нематериальные активы |  |  |  |  |  |  |  |
| Основные средства |  |  |  |  |  |  |  |
| Незавершенное строительство |  |  |  |  |  |  |  |
| Доходные вложения в материальные ценности |  |  |  |  |  |  |  |
| Долгосрочные финансовые вложения |  |  |  |  |  |  |  |
| Отложенные налоговые активы |  |  |  |  |  |  |  |
| **Краткосрочные активы** |  |  |  |  |  |  |  |
| Запасы |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям |  |  |  |  |  |  |  |
| Дебиторская задолженность |  |  |  |  |  |  |  |
| *Авансы выданные* |  |  |  |  |  |  |  |
| *Прочие дебиторы* |  |  |  |  |  |  |  |
| Денежные средства и их эквиваленты |  |  |  |  |  |  |  |
| Краткосрочные финансовые вложения |  |  |  |  |  |  |  |
| **ИТОГО АКТИВЫ** |  |  |  |  |  |  |  |
| **ПАССИВЫ** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Капитал и резервы** |  |  |  |  |  |  |  |
| Уставной капитал |  |  |  |  |  |  |  |
| Добавочный капитал |  |  |  |  |  |  |  |
| Резервный капитал |  |  |  |  |  |  |  |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) |  |  |  |  |  |  |  |
| Целевое финансирование |  |  |  |  |  |  |  |
| **Долгосрочные обязательства** |  |  |  |  |  |  |  |
| Кредиторская задолженность |  |  |  |  |  |  |  |
| Отложенные налоговые обязательства |  |  |  |  |  |  |  |
| Займы и кредиты полученные |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие обязательства |  |  |  |  |  |  |  |
| **Краткосрочные обязательства** |  |  |  |  |  |  |  |
| Кредиторская задолженность |  |  |  |  |  |  |  |
| Доходы будущих периодов |  |  |  |  |  |  |  |
| Займы и кредиты полученные |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие обязательства |  |  |  |  |  |  |  |
| **ИТОГО ПАССИВЫ** |  |  |  |  |  |  |  |

Приложение № 3 – Протокол внеочередного общего собрания учредителей ООО «» об одобрении крупной сделки