

Маркетинговое агентство

S D A

Телефон: +7 (812) 209-45-37

E-mail: sda@sdamarketing.ru

Демонстрационная версия исследования

**Сбор актуальной информации о конкурентном окружении
гостиничного объекта «DEMO HOTEL»**

Сентябрь 2026 г.

г. Санкт-Петербург

ОГЛАВЛЕНИЕ

Описание исследования.....	5
Основные выводы	6
1. Определение конкурентной среды.....	15
1.1.Краткое описание турпотока в изучаемой локации	15
1.2.Определение конкурентного окружения DEMO HOTEL	15
2. Профили конкурентов	18
2.1.Загородный отель «HOTEL-01» 3*	18
2.2.Загородный отель «HOTEL-02» 4*	21
2.3.Парк-отель HOTEL-03 4*	
2.4.Парк-отель «HOTEL-04» 4*	
2.5.Гостиничный комплекс «HOTEL-05» 3* и 4*	
2.6.Курортный комплекс «HOTEL-06» 4*	
2.7.Ландшафтный отель HOTEL-07 3*	
2.8.Туристический комплекс HOTEL-08, без звезд.....	
2.9.База отдыха «HOTEL-09»	
2.10.База отдыха HOTEL-10	
2.11.База отдыха «HOTEL-11»	
2.12. HOTEL-12.....	
3. Сравнение конкурентов и определение основных факторов конкуренции	25
3.1.Сравнение по году открытия, позиционированию, типам питания, возможности проживания с животными.....	25
3.2.Сравнение по типам размещения и стоимости	27
3.3.Сравнение программ лояльности	33
3.4.Сравнение по досугу.....	33
3.5.Сравнение финансовых показателей	34
4. Рекомендации по продвижению DEMO HOTEL	40

Список таблиц, диаграмм и рисунков

Диаграмма 1.1.1. Оценка размера турпотока в изучаемой локации	15
Диаграмма 1.2.1. Оценка суммарной выручки основных конкурентов DEMO HOTEL, млрд. рублей.....	16
Рисунок 2.1. Расположение конкурентов	18
Таблица 2.1.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-01» с завтраком, руб/ночь....	19
Таблица 2.1.2. Цены на дополнительные услуги «HOTEL-01».....	19
Таблица 2.1.3. Основные показатели Компания HOTEL-01.....	21
Таблица 2.2.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-02» с завтраком, руб/ночь....	22
Таблица 2.2.2. Основные показатели Компания HOTEL-02.....	24
Таблица 2.3.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-03» с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.3.2. Основные показатели Компания HOTEL-03.....	
Таблица 2.4.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-04» с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.4.2. Стоимость дополнительных услуг «HOTEL-04»	
Таблица 2.5.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-05» с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.5.2. Стоимость дополнительных услуг «HOTEL-05»	
Диаграмма 2.5.3. Средние оценки гостей «HOTEL-05».....	
Таблица 2.5.4. Основные показатели Компания HOTEL-05.....	
Таблица 2.6.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-06» с завтраком, руб/ночь.....	
Диаграмма 2.6.2. Средние оценки гостей «HOTEL-06».....	
Таблица 2.6.3. Основные показатели Компания HOTEL-06.....	
Таблица 2.7.1. Стоимость проживания двух взрослых в HOTEL-07 с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.7.2. Стоимость дополнительных услуг HOTEL-07	
Диаграмма 2.7.3. Средние оценки гостей HOTEL-07.....	
Таблица 2.7.4. Основные показатели Компания HOTEL-07.....	
Таблица 2.8.1. Стоимость проживания двух взрослых в HOTEL-08 с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.8.2. Стоимость дополнительных услуг HOTEL-0853	
Таблица 2.8.3. Основные показатели Компания HOTEL-08.....	
Таблица 2.9.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-09» с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.9.2. Стоимость дополнительных услуг «HOTEL-09»	
Таблица 2.9.3. Основные показатели Компания HOTEL-09.....	
Таблица 2.10.1. Стоимость проживания двух взрослых в HOTEL-10, руб/ночь.....	
Таблица 2.10.2. Стоимость дополнительных услуг HOTEL-1058	
Таблица 2.10.3. Основные показатели Компания HOTEL-10.....	
Таблица 2.11.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-11» с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.11.2. Стоимость дополнительных услуг «HOTEL-11»	

Таблица 2.11.3. Основные показатели Компания HOTEL-11.....	
Таблица 2.12.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-12» с завтраком, руб/ночь.....	
Таблица 2.12.2. Стоимость дополнительных услуг «HOTEL-12»	
Таблица 3.1.1. Сравнение конкурентов по году открытия, позиционированию, типам питания, возможности проживания с животными	25
Диаграмма 3.2.1. Позиционирование двухместных гостиничных номеров 20-34 м ² для двух взрослых в осях «Площадь-цена»	28
Диаграмма 3.2.2. Позиционирование гостиничных номеров 42-47 м ² в осях «Площадь-цена»..	28
Диаграмма 3.2.3. Позиционирование двухместных коттеджей и домов в осях «Площадь-цена»	29
Диаграмма 3.2.4. Позиционирование четырехместных коттеджей и домов в осях «Площадь-цена»	29
Таблица 3.2.5. Сравнение конкурентов по типам номеров и стоимости при проживании двух взрослых с завтраком.....	30
Таблица 3.3.1. Сравнение конкурентов по акциям и программам лояльности	33
Таблица 3.4.1. Сравнение по представленности досуга	34
Таблица 3.5.1. Сравнение основных показателей конкурентов	37

Описание исследования

Цель исследования: сбор актуальной информации о конкурентном окружении гостиничного объекта «DEMO HOTEL».

Задачи проекта:

1. Определение конкурентов;
2. Сбор и систематизация актуальной информации о номерном фонде, стоимости размещения, наличии и стоимости дополнительных услуг, финансовых показателях объектов-конкурентов;
3. Рекомендации по продвижению «DEMO HOTEL».

Методы исследования: кабинетное исследование. Полученные результаты ограничены используемой методикой.

ДАННЫЙ ДОКУМЕНТ ЯВЛЯЕТСЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОЙ ВЕРСИЕЙ ОТЧЕТА МАРКЕТИНГОВОГО АГЕНТСТВА SDA. ЧТОБЫ ЗАКАЗАТЬ СХОЖИЙ ПРОЕКТ НАПРАВЬТЕ ЗАПРОС SDA@SDAMARKETING.RU

Основные выводы

В широком смысле конкурентное окружение «DEMO HOTEL» формируют загородные отели, коттеджные комплексы, базы отдыха и глэмпинги в изучаемой локации, ориентированные преимущественно на туристов из Санкт-Петербурга и других городов СЗФО, а также из Москвы и Московской области. Несмотря на различия в масштабе и формате размещения, эти объекты конкурируют за один потребительский спрос: краткосрочный отдых на природе рядом с основными достопримечательностями региона.

Поэтому в широком конкурентном поле особое значение приобретает расположение объекта: удобство подъезда на автомобиле, транспортная доступность, близость к природным и культурным достопримечательностям, а также возможность включить проживание в туристический маршрут по изучаемой локации. Чем удобнее расположен объект относительно основных точек притяжения и транспортных путей, тем выше его привлекательность для гостей.

Значимым различием между объектами размещения является наличие собственной системы питания. Полноценное питание в кафе или ресторане является одним из важнейших факторов выбора, т.к. гостям не требуется самостоятельно готовить или искать заведения поблизости. Поэтому основными конкурентами рассматриваются объекты, которые имеют кафе и рестораны на территории. Таким образом, расположенные в относительной близости объекты: база отдыха «OTHER-02», отель «OTHER-03», база отдыха «OTHER-04», эко-отель «OTHER-05», гостевые дома «OTHER-06» не относятся к значимым конкурентам.

Конкурентное окружение DEMO HOTEL представлено преимущественно современными объектами размещения: 9 из 12 рассматриваемых объектов открылись в 2021–2024 годах, что свидетельствует об активном развитии рынка загородного туризма в изучаемой локации и появлении большого количества новых проектов. Одновременно на рынке присутствуют более зрелые участники - «HOTEL-06», «HOTEL-11», «HOTEL-05» и «HOTEL-01», которые обладают более продолжительной историей работы и, вероятно, более высокой накопленной узнаваемостью.

Позиционирование большинства объектов строится вокруг сходного набора преимуществ: близости к воде, природного окружения, тишины, уединения и комфортного загородного отдыха. В результате заявления об «отдыхе на природе», «месте на берегу озера» и «сочетании комфорта и природы» слабо дифференцируют объекты друг от друга. На этом фоне позиционирование DEMO HOTEL выглядит сравнительно содержательным: оно объединяет *скрыто в демOVERсии*.

Наиболее развитая инфраструктура питания представлена у «HOTEL-06» и HOTEL-08, где одновременно работают несколько заведений разных форматов. DEMO HOTEL, «HOTEL-01» и «HOTEL-09» ограничиваются форматом кафе. Для камерного эко-отеля такой формат соответствует масштабу объекта.

Проживание с животными разрешено в 10 объектах, за исключением «HOTEL-01» и «HOTEL-02», поэтому pet-friendly формат уже стал распространенным рыночным стандартом. Условия DEMO HOTEL относятся к наиболее привлекательным: доплата составляет *скрыто в демOVERсии* рублей за весь период проживания, тогда как многие конкуренты взимают от *скрыто в демOVERсии* рублей за каждые сутки. Таким образом, DEMO HOTEL обладает ценовым преимуществом для гостей, путешествующих с животными, особенно при длительном проживании. Это преимущество целесообразно заметнее отражать на сайте, в карточках на площадках бронирования и в рекламных материалах, одновременно четко указывая размер депозита и правила размещения.

В целом DEMO HOTEL соответствует основным стандартам конкурентного рынка по времени заезда, наличию собственного питания и возможности проживания с животными, т.е. базовым факторам выбора.

Представленная структура предложения показывает, что большинство объектов стремится не ограничиваться одним типом размещения, а формирует линейку вариантов, различающихся форматом, площадью, вместимостью и уровнем оснащения. Наряду с обычными гостиничными номерами представлены семейные номера, люксы, апартаменты, таунхаусы, компактные домики, коттеджи различной вместимости, геокупола, сафари-тенты и глэмпинговые шатры. Таким образом, объекты идут по пути максимизации вариантов размещения для охвата нескольких аудиторных сегментов: пар, семей с детьми, небольших компаний и организованных групп.

Некоторые изучаемые объекты используют динамическое ценообразование: цена зависит от текущего спроса. Для минимизации влияния сезонности, цены на проживание сравниваются на октябрь 2026 года, поскольку он не относится к пиковому туристическому сезону и позволяет более корректно сопоставить стоимость размещения. Цены указаны для двух взрослых гостей с завтраком.

Наиболее высокая конкуренция складывается в сегменте размещения для пар. Практически все рассматриваемые объекты имеют продукт, подходящий для двух гостей: стандартный номер, люкс, компактный домик, двухместный коттедж, геокупол, сафари-тент или глэмпинговый шатер. Основной ценовой диапазон конкуренции составляет *скрыто в демоверсии* тыс. рублей за ночь.

В сегменте гостиничных номеров площадью от 20 до 34 м² DEMO HOTEL занимает средний ценовой диапазон. Двухместный люкс «А» за *скрыто в демоверсии* руб. дороже номеров «HOTEL-01», сопоставим с улучшенным стандартом «HOTEL-11» за *скрыто в демоверсии* руб. и HOTEL-07 за *скрыто в демоверсии* руб. По цене DEMO HOTEL находится ниже люкса с террасой HOTEL-08 за *скрыто в демоверсии* руб./ночь.

Диаграмма 3.2.1. Позиционирование двухместных гостиничных номеров 20-34 м² для двух взрослых в осях «Площадь-цена»



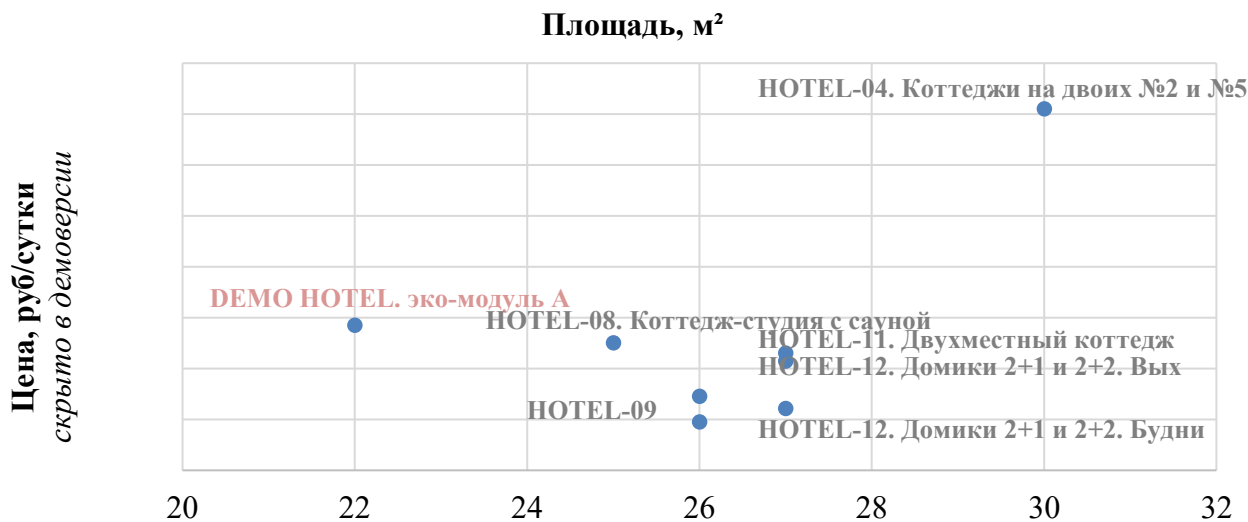
Четырехместные люксы DEMO HOTEL площадью 42–47 м² стоят 15 600 руб. На выходных стоимость размещения ниже, чем в «HOTEL-06» и «HOTEL-02». Однако в будни стоимость Двухуровневого номера с террасой в «HOTEL-02» на 1 600 руб. дешевле.

Диаграмма 3.2.2. Позиционирование гостиничных номеров 42-47 м² в осях «Площадь-цена»



Эко-модуль А за *скрыто в демоверсии* руб. располагается в верхней части ценового диапазона компактных коттеджей для пар. Он дороже домика «HOTEL-09» за *скрыто в демоверсии* руб., домиков «HOTEL-12» за *скрыто в демоверсии* руб., двухместного коттеджа «HOTEL-11» за *скрыто в демоверсии* руб. и коттеджа-студии HOTEL-08 за *скрыто в демоверсии* руб., но значительно дешевле коттеджа «HOTEL-04» за *скрыто в демоверсии* руб.

Диаграмма 3.2.3. Позиционирование двухместных коттеджей и домов в осях «Площадь-цена»



Эко-модуль В до четырех человек стоит *скрыто в демоверсии* руб. и выглядит конкурентоспособно на фоне сопоставимых отдельных домов. Он дороже коттеджа «Комфорт» HOTEL-08 за *скрыто в демоверсии* руб., немного дешевле «HOTEL-12» в будни и заметно дешевле ее пятнично-субботного тарифа. Кроме того, цена DEMO HOTEL ниже стоимости коттеджей «HOTEL-06», HOTEL-07 и всех домов «HOTEL-03», где тарифы начинаются с *скрыто в демоверсии* руб. набуднях. В сегменте компактных семейных коттеджей DEMO HOTEL занимает положение ближе к нижней части среднего ценового диапазона.

Диаграмма 3.2.4. Позиционирование четырехместных коттеджей и домов в осях «Площадь-цена»



Шестиместный люкс «DEMO HOTEL» стоит *скрыто в демоверсии* руб. Он дороже шестиместных коттеджей HOTEL-08 и большинства будничных предложений «HOTEL-12», близок к шестиместному коттеджу «HOTEL-11» за *скрыто в демоверсии* руб. и дешевле крупных коттеджей «HOTEL-02», «HOTEL-04» и «HOTEL-05». Следовательно, DEMO HOTEL предлагает относительно доступное размещение для компании до шести человек по сравнению с премиальными комплексами, но конкурирует с ними форматом многоместного номера, а не самостоятельного коттеджа.

Таким образом, основная рыночная позиция DEMO HOTEL находится в среднем ценовом диапазоне, а наиболее сильным по сравнению с конкурентами выглядит предложение эко-модуль В для четырех гостей. Потенциально наиболее сложной является конкуренция за пары: именно здесь сосредоточено максимальное количество альтернатив, а эко-модуль А стоит дороже большинства компактных домиков конкурентов.

В нижнем ценовом сегменте находятся HOTEL-08, «HOTEL-01», «HOTEL-09», «HOTEL-11».

«HOTEL-02», «HOTEL-04» и «HOTEL-05» формируют верхнюю часть рынка крупных коттеджей.

Таблица 3.2.5. Сравнение конкурентов по типам номеров и стоимости при проживании двух взрослых с завтраком

Объект	Тип размещения	Пн–Чт, руб./ночь	Пт–Сб, руб./ночь	Вс, руб./ночь
Номера				
DEMO HOTEL	Люкс 2 местный «А», 34 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
DEMO HOTEL	Люкс 4 местный «В», 47 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
DEMO HOTEL	Люкс 4 местный «С», 42 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
DEMO HOTEL	Люкс 6 местный «DEMO HOTEL», 60 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-01	Номер 24 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

Объект	Тип размещения	Пн–Чт, руб./ночь	Пт–Сб, руб./ночь	Вс, руб./ночь
HOTEL-02	Двухуровневый номер с террасой, 44 м², до 3 мест	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	«Комфорт» с видом во двор, king-size или две кровати, 19 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	«Комфорт плюс» с видом во двор и «Комфорт» с видом на залив, 19–20 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	«Комфорт плюс» с видом на залив, 20 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	Двухместный номер, 11 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	Семейный номер, 20 м², до 4 мест	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	Номер-люкс, 25 м², до 3 мест	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	Номер-люкс с террасой, 25 м², до 3 мест	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	Стандартный двухместный номер, 14–16 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	Стандарт с балконом, 16 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	Улучшенный стандарт, 32 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-06	Номер «Люкс - <i>скрыто в демоверсии</i> », 34–44 м², до 5 мест	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Коттеджи до 2 человек				
DEMO HOTEL	Эко-модуль эко-модуль А 2+1, 22 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-04	Коттеджи на двоих №2 и №5, 30 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	Коттедж-студия с сауной, 25 м², до 2 мест	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-09	<i>скрыто в демоверсии</i> с террасой, 26 м², до 2 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	Двухместный коттедж, 16–27 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-12	Домики 2+1 и 2+2, 24–27 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Коттеджи до 4 человек				
DEMO HOTEL	Эко модуль эко-модуль В 2+2, 37 м²	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-03	Дом «У скалы» с камином и купелью, 41 м², до 4 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-03	Дом «Ладожский» с камином без кухни / дом «Ладожский» с кухней, 66 м², до 4 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-03	Дом «Лесной с кухней», 66 м², до 4 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

Объект	Тип размещения	Пн–Чт, руб./ночь	Пт–Сб, руб./ночь	Вс, руб./ночь
HOTEL-03	Дом «скрыто в демоверсии», 66 м², до 4 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-06	Коттедж «скрыто в демоверсии», 40 м², до 3 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-07	Четырехместный коттедж на берегу залива, 75 м²	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-12	Коттедж 4+2, 51 м², до 4 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-08	Коттедж «Комфорт», 49 м², до 4 мест	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Коттеджи 5 человек и более				
HOTEL-02	Коттеджи №3 и №7 с камином, 170 м², до 5 мест; №3 также с сауной	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-02	Коттедж с террасой и двумя спальнями, 86 м², до 5 мест	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-02	Коттедж №5 с камином, библиотекой и сауной, 194 м², до 7 мест	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-04	Коттедж №3 с тремя спальнями, 80 м², до 6 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-04	Коттеджи №4 и №6 с тремя спальнями, 80 м², до 6 человек; №6 - первая береговая линия	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-04	Коттедж №7 с тремя спальнями и джакузи, 80 м², до 6 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-04	Коттедж №1 с шестью спальнями, 200 м², до 12 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	Коттедж «Комфорт», 100 м², до 8 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	Коттедж второй линии, 117 м², до 8 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	Коттеджи «Комфорт Люкс», «Комфорт Люкс с сауной», «Люкс с сауной» и «Люкс второй линии», 100–132 м², до 8 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	Коттедж береговой линии с сауной, 132 м², до 7 мест	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	Коттедж «скрыто в демоверсии» с камином, сауной и купелью, 390 м², до 11 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-08	Коттедж «Стандарт», 43 м², до 6 мест	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-08	Коттедж с сауной, 55 м², до 6 мест	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-11	Четырехместный коттедж, 48–57 м²	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-11	Шестиместный коттедж, 104 м²	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-12	Коттедж 5+3, 60 м², до 5 человек	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии

Объект	Тип размещения	Пн–Чт, руб./ночь	Пт–Сб, руб./ночь	Вс, руб./ночь
HOTEL-12	Коттедж 5+3 «Комфорт», 70 м², до 5 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-12	Коттедж 6+2, 80 м², до 6 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-12	Коттедж 6+2 «Люкс», 130 м², до 6 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Геокупол				
HOTEL-10	Геокупол, 28 м²: завтрак и водный трансфер	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-10	Геокупол, 28 м²: завтрак, ужин и водный трансфер	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-10	Геокупол, 28 м²: завтрак, обед, ужин и водный трансфер	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-04	Геокупол, 45 м², до 2 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Прочие типы размещения				
HOTEL-03	Сафари-тент	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-05	Глэмпинг « <i>скрыто в демоверсии</i> », 40 м², до 2 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-02	Двухэтажные апартаменты, 55 м², до 3 мест	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-06	Таунхаус « <i>скрыто в демоверсии</i> », 60 м², до 6 человек	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

Акции или специальные предложения представлены у 8 объектов. Наиболее распространенным инструментом стимулирования является *скрыто в демоверсии*. Она применяется в «HOTEL-01», «HOTEL-02», «HOTEL-04», «HOTEL-05», «HOTEL-06», HOTEL-07, HOTEL-08 и «HOTEL-12».

Вторым распространенным направлением являются персональные предложения. Скидки или подарки для именинников предусмотрены в «HOTEL-02», «HOTEL-04», «HOTEL-06», HOTEL-08 и «HOTEL-12». Предложения для молодоженов действуют в «HOTEL-04» и «HOTEL-12». *скрыто в демоверсии* стимулируют «HOTEL-05», «HOTEL-06» и HOTEL-08.

Полноценные программы лояльности представлены у пяти объектов: «HOTEL-01», «HOTEL-05», «HOTEL-06», HOTEL-07 и «HOTEL-11». Их механики существенно различаются. «HOTEL-11» учитывает *скрыто в демоверсии*, HOTEL-07 - число *скрыто в демоверсии*, «HOTEL-06» - *скрыто в демоверсии*, а «HOTEL-05» начисляет баллы в размере 1 *скрыто в демоверсии* привилегиями. Программа «HOTEL-01» имеет наиболее широкий *скрыто в демоверсии*.

Банные услуги имеются во всех изучаемых конкурентах, однако ценовой диапазон очень широк: от финской сауны за *скрыто в демоверсии* руб./час в HOTEL-08 до банного комплекса «HOTEL-05» стоимостью *скрыто в демоверсии* руб. за три часа с чаном. В большинстве объектов баня представляет собой самостоятельную платную услугу, тогда как в «HOTEL-06» бассейн, джакузи и сауна включены в стоимость проживания, а в «HOTEL-12» баня в отдельные сезоны включается в тариф при аренде коттеджей и домиков.

На официальном сайте DEMO HOTEL отсутствует информация о наличии бани или сауны. При этом для загородных объектов размещения в изучаемой локации баня является значимым

элементом продукта и одним из факторов выбора места отдыха. Наличие бани расширяет набор сценариев пребывания, повышает привлекательность объекта, одновременно создает дополнительный источник выручки.

Если баня или сауна на территории DEMO HOTEL существует, рекомендуется разместить информацию на сайте. Если собственной бани или сауны действительно нет, целесообразно рассмотреть создание небольшого банного комплекса с купелью с подогревом.

«HOTEL-09» и HOTEL-10 отличаются выраженной событийной и этнокультурной составляющей. Помимо бань и водного досуга здесь предлагаются *скрыто в демоверсии*.

HOTEL-07, HOTEL-08, «HOTEL-11» и «HOTEL-01» в большей степени опираются на доступный *скрыто в демоверсии*.

Проживающим HOTEL-08 бесплатно предоставляются велосипеды, весельные лодки, удочки и коньки, HOTEL-07 - инвентарь для волейбола и бадминтона.

Таблица 3.4.1. Сравнение по представленности досуга

Объект	Банный и оздоровительный досуг	Водный досуг и рыбалка	Активный, экскурсионный и иной досуг
HOTEL-01	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-02	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-03	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-04	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-05	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-06	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-09	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-10	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-12	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

Сравнение финансовых показателей демонстрирует неоднородность объектов как по масштабу бизнеса, так и по характеру развития. В 2025 году разрыв по выручке между крупнейшими и небольшими компаниями превышает порядок: максимальный показатель у Компания HOTEL-06 составляет *скрыто в демоверсии* млн руб., у Компания HOTEL-05 - *скрыто в демоверсии* млн руб., у Компания HOTEL-01 - *скрыто в демоверсии* млн руб. В следующую группу входят «HOTEL-08» с выручкой *скрыто в демоверсии* млн руб., HOTEL-07 - *скрыто в демоверсии* млн руб. и «HOTEL-02» - *скрыто в демоверсии* млн руб. При этом высокий объем выручки сам по себе не обеспечивает прибыльность: именно среди крупнейших компаний присутствуют одни из наиболее существенных убытков 2025 года.

Финансовые результаты показывают ограниченность модели, при которой основной маркетинговой целью *скрыто в демоверсии*. Для нескольких компаний рост или сохранение высокой выручки не обеспечивает прибыли. Поэтому центральным показателем эффективности становится *скрыто в демоверсии* я. Это принципиально меняет роль маркетинга: *скрыто в демоверсии* сохраняют положительную маржу.

Основной целью рекомендаций по продвижению DEMO HOTEL является увеличение маржинального результата от продаж с учетом сезонности, загрузки и доступного фонда размещения.

Многие конкуренты продвигают свои объекты как «отдых на природе в изучаемой локации»: лес, вода, тишина и красивые виды. Это является важным фактором выбора, однако затрудняет дифференциацию объектов для гостей. Поэтому основой позиционирования DEMO HOTEL рекомендуется *скрыто в демоверсии*.

Для отстраивания от конкурентов и повышения конверсии рекомендуется строить продвижение на основании *скрыто в демоверсии*:

- *скрыто в демоверсии*
- *скрыто в демоверсии*;
- *скрыто в демоверсии*;
- *скрыто в демоверсии*;
- *скрыто в демоверсии*.

Поскольку ряд конкурентов полностью запрещает размещение с животными, эту возможность следует выделить в отдельное преимущество. Предоставление мисок для корма и воды животных может восприниматься гостями как дополнительные факторы удобства размещения в DEMO HOTEL.

Контент для социальных сетей и рекламы рекомендуется строить *скрыто в демоверсии*.

Для повышения экономической эффективности DEMO HOTEL рекомендуется развивать *скрыто в демоверсии*. Скидки и программа лояльности действуют только для бронирований *скрыто в демоверсии*. Агрегаторы рассматриваются как *скрыто в демоверсии*.

Для повышения прямых бронирований возможно предоставление *скрыто в демоверсии*.

Отдельные правила следует установить для коротких заездов на выходные. Если гость хочет забронировать только пятницу и субботу задолго до даты поездки, предоставление скидки *скрыто в демоверсии*. В этом случае DEMO HOTEL может *скрыто в демоверсии*.

Для DEMO HOTEL рекомендуется отказаться от построения программы лояльности исключительно на основании *скрыто в демоверсии* постоянного гостя. Повторное бронирование само по себе *скрыто в демоверсии*. Поэтому основой программы лояльности DEMO HOTEL рассматривается *скрыто в демоверсии* гостя.

Ценность гостя определяется *скрыто в демоверсии*. Именно этот показатель должен использоваться при принятии решений о *скрыто в демоверсии* программе лояльности.

Вместо *скрыто в демоверсии* рекомендуется применять различные виды *скрыто в демоверсии*. Постоянному гостю можно предложить *скрыто в демоверсии*. Для DEMO HOTEL такие привилегии могут иметь *скрыто в демоверсии*.

Рекомендуется проводить *скрыто в демоверсии*:

1. *скрыто в демоверсии*;
2. *скрыто в демоверсии*;
3. *скрыто в демоверсии*.

Для стимуляции *скрыто в демоверсии*.

Также рекомендуется организовать *скрыто в демоверсии*.

1. Определение конкурентной среды

1.1. Краткое описание турпотока в изучаемой локации

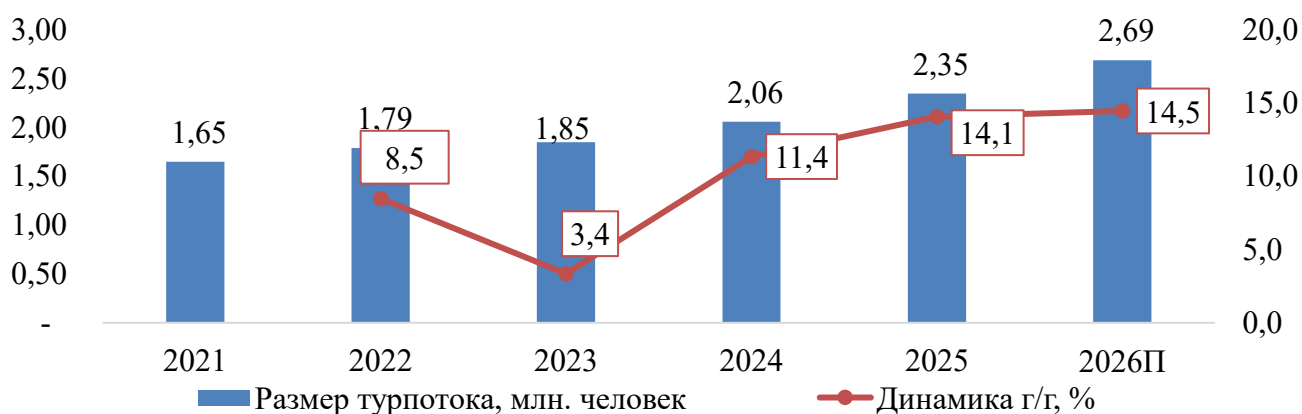
Изучаемая локация в 2026 году столкнулась с необычным распределением туристического трафика: основной пик посещаемости сместился с *скрыто в демOVERсии* на *скрыто в демOVERсии*. Высокую загрузку подтверждают владельцы гостиниц и других средств размещения.

По открытым данным, количество туристов за неполный месяц (август) уже выросло примерно на 15% по сравнению с пиковыми показателями предыдущего года. Тогда больше всего поездок в округ путешественники совершили в июле – изучаемую локацию посетили более 400 тыс. человек, а максимальное число визитов в день пришлось на 26 июля и достигло значения почти в 21 тыс. человек.

При этом в июле 2026 года туристический поток несколько снизился: В июле отмечались отмены части бронирований в гостиницах и туристических сервисах.

Снижение связывалось с опасениями туристов, возникшими на фоне информации о наблюдавшихся в регионе перебоях с поставками топлива. «*скрыто в демOVERсии*», - сообщил руководитель *скрыто в демOVERсии*. Он также отметил, что ожидается сохранение высокого интереса туристов к поездкам в округ до конца месяца.

Диаграмма 1.1.1. Оценка размера турпотока в изучаемой локации



Источник: маркетинговое агентство SDA

1.2. Определение конкурентного окружения DEMO HOTEL

Эко-отель DEMO HOTEL расположен на берегу реки, примерно в 20 км от *скрыто в демOVERсии*. Согласно Единому реестру объектов классификации в сфере туристской индустрии (отраслевом реестре), объект зарегистрирован как база отдыха и гостиница без квалификации по звездности.

Номерной фонд включает 10 *скрыто в демOVERсии* площадью от 22 до 38 м² и четыре номера категории «люкс» (площадь *скрыто в демOVERсии*).

Концепция объекта строится на сочетании *скрыто в демOVERсии*. Поблизости расположены *скрыто в демOVERсии*.

В широком смысле конкурентное окружение «DEMO HOTEL» формируют загородные отели, коттеджные комплексы, базы отдыха и глэмпинги изучаемой локации, ориентированные преимущественно на туристов из Санкт-Петербурга и других городов СЗФО, а также из Москвы и Московской области. Несмотря на различия в масштабе и формате размещения, эти объекты конкурируют за один потребительский спрос: краткосрочный отдых на природе рядом с озером и основными достопримечательностями.

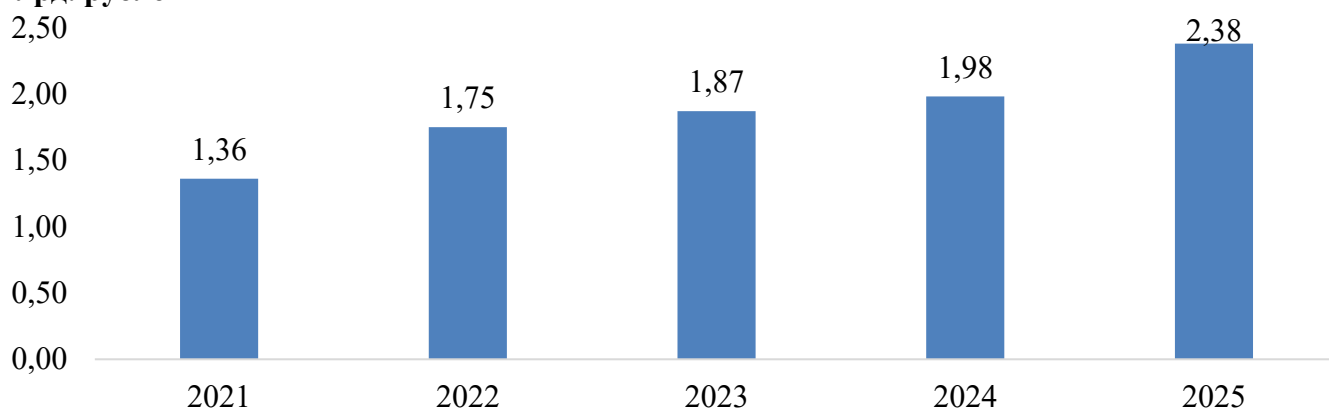
Поэтому в широком конкурентном поле особое значение приобретает расположение объекта: удобство подъезда на автомобиле, транспортная доступность, близость к природным и культурным достопримечательностям, а также возможность включить проживание в туристический маршрут по изучаемой локации. Чем удобнее расположен объект относительно основных точек притяжения и транспортных путей, тем выше его привлекательность для гостей.

Значимым различием между объектами размещения является наличие собственной системы питания. Полноценное питание в кафе или ресторане является одним из важнейших факторов. Поэтому основными конкурентами рассматриваются объекты, которые имеют кафе и рестораны на территории. Как правило, в стоимость размещения включен завтрак.

Таким образом, расположенные в относительной близости объекты: база отдыха «OTHER-02», отель «OTHER-03», база отдыха «OTHER-04», эко-отель «OTHER-05», гостевые дома «OTHER-06» не относятся к значимым конкурентам.

Суммарная выручка основных конкурентов DEMO HOTEL оценивается на уровне 2,38 млрд. рублей в 2025 году.

Диаграмма 1.2.1. Оценка суммарной выручки основных конкурентов DEMO HOTEL, млрд. рублей



В настоящее время рынок объектов размещения изучаемой локации находится на высокой стадии зрелости: здесь представлено значительное количество объектов различных ценовых категорий и концепций. Конкуренция развивается не только по уровню цен, качеству сервиса и набору дополнительных услуг, но и по форматам размещения. Так, геокупол является сравнительно новым и привлекательным для гостей форматом, который позволяет объектам размещения расширять номерной фонд при относительно невысоких инвестициях. Вместе с тем геокупол может восприниматься гостями иначе, чем коттедж или гостиничный номер, по уровню комфорта, площади, приватности. Поэтому его следует рассматривать как самостоятельный нишевый продукт, ориентированный прежде всего на получение необычного опыта и краткосрочный отдых на природе.

Существенное значение имеет и различие в целевой аудитории объектов. Крупные комплексы предлагают размещение в коттеджах вместимостью от шести человек и ориентированы в том числе на проведение корпоративных, семейных и других мероприятий численностью более 50 гостей. Их ключевыми преимуществами являются *скрыто в демоверсии*.

Целевую аудиторию «DEMO HOTEL», напротив, составляют п *скрыто в демоверсии*. Поэтому объект конкурирует прежде всего в сегменте *скрыто в демоверсии*, где основное значение имеют *скрыто в демоверсии*.

Таким образом, конкурентное поле «DEMO HOTEL» является неоднородным. Объекту приходится одновременно конкурировать с камерными дизайнерскими отелями, крупными

курортными комплексами, сетевыми гостиницами, традиционными базами отдыха и концептуальными глэмпингами.

В среднесрочной перспективе можно ожидать усиление конкуренции. Известно о строительстве четырехзвездочного гостиничного комплекса *скрыто в демоверсии*. Открытие планируется в 2027 году. Ежегодно комплекс сможет принимать до *скрыто в демоверсии* тыс. гостей. Объем инвестиций оценивается в *скрыто в демоверсии* млрд рублей.

2. Профили конкурентов

Ниже приводятся профили конкурентов DEMO HOTEL. Потенциальным конкурентом также рассматривается парк-отель «OTHER-01», который *скрыто в демоверсии*.

Рисунок 2.1. Расположение конкурентов

скрыто в демоверсии

2.1. Загородный отель «HOTEL-01. Сортавала» 3*

Сайт: *скрыто в демоверсии*

Расположение: *скрыто в демоверсии*

Позиционирование: *скрыто в демоверсии*.

Объект входит в сеть отелей «HOTEL-01», расположенных *скрыто в демоверсии*.

Согласно данным отраслевого реестра, трехзвездочная гостиница «HOTEL-01» включает *скрыто в демоверсии* номер на *скрыто в демоверсии* места. Каждый номер площадью 24 м² имеет панорамные окна и балкон с видом на озеро Пюерялампи. Юниты второго этажа имеют отдельные входы с собственных террас. Интерьер гостиницы выполнен в демократичном скандинавском стиле.

Дети до 5 лет включительно размещаются без оплаты, с завтраком. Размещение с домашними животными запрещено.

Завтрак «шведский стол» входит в стоимость проживания.

По состоянию на 14.08.2026 г. на официальном сайте объекта доступно бронирование до 10 января 2027 года.

Ценовая политика «HOTEL-01» характеризуется выраженной сезонностью и использованием динамического ценообразования.

В августе действует высокий сезон: стоимость проживания составляет 13,4 - 22,5 тыс. руб. за ночь. Наиболее высокие цены приходятся на пятницу и субботу, тогда как минимальные тарифы встречаются в понедельник и воскресенье.

В сентябре начинается сезонное снижение цен. Базовый тариф в начале недели составляет 9,7 тыс. руб. Вместе с тем в отдельные пятницы стоимость достигает 26,8 тыс. руб. - выше августовского максимума. Такой скачок, вероятно, связан с отдельными датами повышенного спроса, мероприятиями либо ограниченным предложением номеров.

С октября по декабрь устанавливается единая низкосезонная тарифная сетка: с воскресенья по четверг - 6,9 тыс. руб. за ночь, в пятницу и субботу - 8,1 тыс. руб. за ночь.

Доплата за проживание в выходные составляет 1,2 тыс. руб., или около 17% относительно буднего тарифа. Одинаковые цены в течение трех месяцев свидетельствуют о стабильном спросе в низкий сезон и применении простой двухуровневой схемы «будни - выходные».

На новогодние праздники тарифы резко возрастают. В период с 1 по 10 января основной уровень цены составляет 17,5 тыс. руб. за ночь, что в 2,5 раза выше низкосезонного буднего тарифа. В отдельные даты стоимость достигает 41 тыс. руб. - это максимальное значение в рассматриваемом периоде и почти шестикратное превышение минимальной цены. Одновременно присутствуют тарифы от 8,1 тыс. руб., что указывает на существенную неоднородность спроса внутри праздничного периода: наиболее дорогими, вероятно, являются даты непосредственно вокруг Нового года, после чего стоимость снижается.

Таким образом, ценовая политика «HOTEL-01» включает четыре уровня:

1. Высокий летний сезон -13,4-22,5 тыс. руб.
2. Переходный сентябрь - базовые цены от 9,7 тыс. руб. при отдельных пиковых тарифах до 26,8 тыс. руб.
3. Низкий сезон с октября по декабрь -6,9-8,1 тыс. руб.
4. Новогодний пик -преимущественно 17,5 тыс. руб., в отдельные даты до 41 тыс. руб.

В целом компания активно монетизирует периоды повышенного спроса, повышая цены не только в высокий сезон, но и в отдельные пиковые даты. В низкий сезон тарифы существенно снижаются и становятся более стандартизированными, а ценовая дифференциация ограничивается доплатой за пятницу и субботу. Такая модель позволяет стимулировать загрузку в периоды слабого спроса и одновременно максимизировать выручку в летний сезон и новогодние праздники.

Таблица 2.1.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-01. Сортавала» с завтраком, руб/ночь

Месяц/ день недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Август 26	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Сентябрь 26	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Октябрь 26	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Ноябрь 26	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Декабрь 26	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Январь 27 (с 1 по 10 января)	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии

Питание:

- кафе-бистро «HOTEL-01» предлагает простую и понятную кухню на каждый день из сезонных продуктов от *скрыто в демоверсии*;
- барная карта Лобби-бара продолжает общую гастрономическую концепцию: локальные ягоды, травы и хвойные ноты звучат в авторских напитках, а винная подборка делает акцент на российских винодельнях.

Для детей на территории организована детская площадка из натуральных материалов.

Таблица 2.1.2. Цены на дополнительные услуги «HOTEL-01»

Услуга	Стоимость	Комментарий
Сауна	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Пикниковая зона	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Туры на квадроциклах	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии

Услуга	Стоимость	Комментарий
Велосипед взрослый	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Велосипед детский	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Набор «Рыбак-любитель»	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Лодка	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Сап-серф	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Палки для скандинавской ходьбы	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Самокат	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

В сети отелей «HOTEL-01» действует программа лояльности «*скрыто в демоверсии*», которая позволяет участникам получать скидки от 5 до 15%. Программа распространяется на *скрыто в демоверсии*.

Дополнительные предложения:

- скидка 5% при *скрыто в демоверсии*;
- скидка 15% при *скрыто в демоверсии*.

На портале агрегатор бронирования отель «HOTEL-01» отсутствует. Поэтому оценки гостей приводятся с портала сервис бронирования.

На основании 213 отзывов объект имеет среднюю оценку 4,7 балла. Гости особенно отмечают природу и вид из номера: расположение в хвойном лесу у озера, панорамный вид из номера и с террасы, тишину, свежий воздух и отсутствие городской суеты, возможность «перезагрузиться», отдохнуть душой, близость Достопримечательности, водопадов и других достопримечательностей. Во многих отзывах именно вид и атмосфера компенсируют отдельные недостатки сервиса. Завтраки оцениваются преимущественно положительно, тогда как обеды и ужины вызывают значительно больше замечаний: быстро воспринимается некоторыми гостями как столовая, приходится ходить с подносом при ресторанном уровне цен, ограничен выбор обедов и ужинов, мало подходящих блюд для детей, заведение закрывается сравнительно рано, нет полноценного бара, вина, закусок и вечернего обслуживания.

Дорога до места питания занимает примерно 7-15 минут. В хорошую погоду это приятная прогулка, но в плохую погоду и для гостей с детьми могут возникать сложности.

Основное недовольство вызывает несоответствие цены уровню сервиса - «для этой цены должно быть больше». При сравнительно высокой стоимости проживания гости ожидают полноценного ресторана, вечернего обслуживания, доставки еды, включенных халатов, устойчиво доброжелательного ресепшена, лучшей шумоизоляции и большего количества бесплатных развлечений для любой погоды. Некоторые гости считают, что после двух-трех дней становится скучно.

Выручка Компания HOTEL-01 увеличилась с 169,3 млн руб. в 2021 году до максимальных 229,3 млн в 2024 году, то есть на 35,4%. Но валовая рентабельность за тот же период упала с 8,1% до 2,3%. После убытка 8,8 млн рублей в 2023 году компания получила в 2024 году чистую прибыль 1,2 млн. Однако чистая рентабельность составляла всего 0,5%. Таким образом, практически вся выручка поглощалась себестоимостью.

В 2025 году выручка Компания HOTEL-01 сократилась на 29,2 млн руб., или 12,7%, тогда как себестоимость выросла на 26,2 млн, или 11,7%. На каждые 100 рублей выручки компания в 2025 году несла примерно 125 рублей себестоимости. Растут затраты на персонал при

одновременном падении его производительности. Средняя зарплата выросла с 33,9 тыс. рублей в 2021 году до 91,7 тыс. в 2025-м.

Одновременно в 2025 году произошел крупный инвестиционный или балансовый скачок. Основные средства увеличились с 16,0 до 211,1 млн рублей, долгосрочные заемные средства выросли с 39,8 до 87,0 млн рублей. Это может говорить о вводе или приобретении значительного объема основных средств одновременно с привлечением финансирования. Поэтому убыток 2025 года может быть связан с фазой масштабного расширения бизнеса.

Таблица 2.1.3. Основные показатели Компания HOTEL-01

Показатели	2021	2022	2023	2024	2025
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Себестоимость продаж, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Рентабельность по валовой прибыли, %					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Рентабельность по чистой прибыли, %					
Средняя производительность, тыс. руб. / 1 человек					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					

2.2. Загородный отель «HOTEL-02» 4*

Сайт: *скрыто в демоверсии*

Расположение: *скрыто в демоверсии*

Позиционирование: *скрыто в демоверсии*

Загородный отель «HOTEL-02» 4* открылся в *скрыто в демоверсии* года. Согласно данным отраслевого реестра в объекте представлено 23 номера вместимостью 62 человека: 10 - стандарт (двухуровневые номера), 13 - апартаментов (7 коттеджей, 6 двухэтажных апартаментов).

Проживание с домашними животными запрещено.

По состоянию на 14.08.2026 доступно бронирование до 29 декабря 2026 г. Завтраки включены в стоимость.

Ценовая политика «HOTEL-02» характеризуется выраженной сезонностью. Наиболее высокий уровень цен наблюдается в августе и сентябре: двухуровневый номер стоит преимущественно 19,4-24,3 тыс. руб. за ночь, двухэтажные апартаменты - 20,3-26 тыс. руб., коттеджи - от 33,3 до 87,3 тыс. руб. В октябре тарифы снижаются, а минимальный уровень достигается в ноябре, когда стоимость фиксируется на отметках от 13,95 тыс. руб. за двухуровневый номер до 51,3 тыс. руб. за крупнейший коттедж. По сравнению с пиковыми августовскими значениями ноябрьские цены ниже примерно на 20-50% в зависимости от категории размещения.

В декабре сохраняются базовые ноябрьские тарифы, однако в отдельные даты стоимость существенно возрастает: до 20,5 тыс. руб. за номер, 26,5 тыс. руб. за апартаменты и 45-75 тыс. руб. за коттеджи. Максимальные декабрьские цены превышают базовый тариф приблизительно на 46-60%, что, вероятнее всего, отражает повышение стоимости в период новогодних

праздников. Таким образом, отель использует сочетание сезонного и календарного динамического ценообразования.

Наиболее заметная зависимость от дня недели прослеживается в сентябре: стоимость размещения, особенно в коттеджах, чаще повышается с четверга по субботу и снижается в воскресенье и начале недели. Вместе с тем единой постоянной наценки за выходные нет: в августе отдельные коттеджи, напротив, дешевле в пятницу-воскресенье, а в октябре-декабре диапазоны цен одинаковы для всех дней недели. Это указывает на то, что тариф в большей степени определяется конкретной датой, сезонным периодом и текущей доступностью объекта, чем фиксированным разделением на будни и выходные.

Между категориями выдержана последовательная ценовая иерархия. В ноябре двухэтажные апартаменты стоят на 19% дороже базового номера, коттедж площадью 86 м² -примерно вдвое дороже, коттеджи площадью 170 м² -в 2,9 раза, а крупнейший коттедж -в 3,7 раза. Отсутствие августовских данных по части крупных коттеджей может быть связано как с недоступностью объектов для бронирования, так и с отсутствием информации, поэтому делать вывод об их загрузке по таблице нельзя. Также значение «23 400 - 24 500» для воскресенья сентября у двухэтажных апартаментов требует проверки из-за вероятной опечатки.

Таблица 2.2.1. Стоимость проживания двух взрослых в «HOTEL-02» с завтраком, руб/ночь

Месяц/ день недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Тип номера, 44 м², до 3 мест							
Август 26							
Сентябрь 26							
Октябрь 26							
Ноябрь 26							
Декабрь 26							
Тип номера, 55 м², до 3 мест							
Август 26							
Сентябрь 26							
Октябрь 26							
Ноябрь 26							
Декабрь 26							
Тип номера, 86 м², до 5 мест							
Август 26							
Сентябрь 26							
Октябрь 26							
Ноябрь 26							
Декабрь 26							
Тип номера, 170 м², до 5 мест							
Август 26							
Сентябрь 26							
Октябрь 26							
Ноябрь 26							
Декабрь 26							
Тип номера, 194 м², до 7 мест							
Август 26							
Сентябрь 26							
Октябрь 26							
Ноябрь 26							
Декабрь 26							

На территории работает одноименный ресторан «HOTEL-02» на 60 посадочных мест. В меню блюда *скрыто в демоверсии*. Ресторан работает с 8.00 до 22.00. Услуги питания оказывает *скрыто в демоверсии*.

Детская инфраструктура включает игровую комнату: развивающие игры и игрушки, настольные игры, 2 приставки Play Station для детей от 7 лет, меловая доска, игровая зона с лабиринтом. Малыши от 3 до 6 лет могут проводить время в детском клубе вместе с родителями, а дети 6 -12 лет - самостоятельно.

Стоимость дополнительных услуг:

- *скрыто в демоверсии*;
- *скрыто в демоверсии*
- *скрыто в демоверсии*

Специальные предложения с 20.01.2026 по 29.04.2026 и с 30.09.2026 по 25.12.2026, за исключением праздничных дней, при *скрыто в демоверсии*:

- *скрыто в демоверсии*;
- *скрыто в демоверсии*
- *скрыто в демоверсии*

На основании *скрыто в демоверсии* отзывов гостей на «Яндекс Путешествия» объект имеет среднюю оценку *скрыто в демоверсии* балла. Гости особенно ценят живописное расположение на берегу озера, тишину, уединенность и ухоженную территорию с экотропой и причалами. Высоко оцениваются современные и просторные номера и коттеджи, стильные интерьеры, панорамные окна, террасы, удобные кровати и хорошая комплектация помещений.

Одним из главных преимуществ отеля гости считают ресторан: в отзывах регулярно отмечаются вкусная авторская кухня, интересная подача блюд, качественные и сытные завтраки, красивый интерьер. Персонал характеризуется как доброжелательный, внимательный и готовый оперативно решать вопросы. Положительно воспринимаются бани, детский клуб, рыбалка, прокат велосипедов и возможность отправиться с собственного причала на экскурсии по *скрыто в демоверсии*.

Основные претензии связаны с неудобной подъездной дорогой и понтонным мостом, а также высокой стоимостью проживания. Часть гостей считает, что заявленному ценовому уровню не всегда соответствуют уборка, скорость обслуживания в ресторане и наполнение шведской линии. Кроме того, упоминаются отсутствие оборудованного пляжа и удобного входа в воду, недостаток лежаков и зон отдыха, ограниченный выбор уличных развлечений для детей и подростков, духота в некоторых коттеджах и позднее время заселения - с 16:00.

Анализ показателей Компания HOTEL-02 за 2021-2025 гг. свидетельствует о существенном росте масштабов деятельности компании при одновременном повышении операционной эффективности в последние два года. Выручка компании увеличилась с 45,3 млн рублей в 2021 году до 122,9 млн рублей в 2025 году.

Динамика численности сотрудников существенно отличается от динамики выручки. В 2021 году в компании работали 18 человек, в 2022 году численность резко увеличилась до 29 человек, а в 2023 году достигла максимального значения - 33 человека. Однако затем началось сокращение: до 30 сотрудников в 2024 году и до 27 человек в 2025 году. Таким образом, в течение 2024-2025 гг. компания наращивала выручку не за счет расширения штата, а на фоне его сокращения. Это непосредственно отразилось на производительности труда, которая по итогам 2025 года достигла уровня 4,55 млн рублей/человек. Показатель может свидетельствовать об улучшении загрузки имеющихся мощностей, оптимизации бизнес-процессов, изменении

структуры продаж. Определить конкретный фактор только по финансовой отчетности невозможно, однако сама динамика свидетельствует о заметном росте эффективности.

Несмотря на значительное улучшение валовой рентабельности, итоговая прибыль компании в 2025 году практически исчезла. Чистая прибыль составляла: 703 тыс. рублей в 2021 году, 599 тыс. рублей в 2022 году, 374 тыс. рублей в 2023 году, 2,28 млн рублей в 2024 году, 112 тыс. рублей в 2025 году. Чистая рентабельность в 2025 году составила лишь 0,1%, тогда как годом ранее достигала 2,1%.

Компания осуществляет масштабное расширение своей материальной базы, что отражается в росте балансовой стоимости с 39,7 млн рублей в 2021 году до 600,8 млн рублей в 2025 году.

Параллельно с ростом основных средств наблюдается устойчивое увеличение долгосрочных заимствований с 43,6 млн рублей в 2021 году до 325,8 млн рублей в 2025 году.

Сопоставление динамики основных средств и долгосрочных займов позволяет предположить наличие крупной инвестиционной программы или интенсивного расширения материальной базы бизнеса. Значительный объем заемного финансирования потенциально может создавать дополнительную процентную нагрузку и быть одним из факторов расхождения между высокой валовой и практически нулевой чистой прибылью в 2025 году.

Таблица 2.2.2. Основные показатели Компания HOTEL-02

Показатели	2021	2022	2023	2024	2025
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Себестоимость продаж, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Рентабельность по валовой прибыли, %					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Рентабельность по чистой прибыли, %					
Средняя производительность, тыс. руб. / 1 человек					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					

3. Сравнение конкурентов и определение основных факторов конкуренции

3.1. Сравнение по году открытия, позиционированию, типам питания, возможности проживания с животными

Конкурентное окружение DEMO HOTEL представлено преимущественно современными объектами размещения: 9 из 12 рассматриваемых объектов открылись в 2021–2024 годах, что свидетельствует об активном развитии рынка загородного туризма в изучаемой локации и появлении большого количества новых проектов. Одновременно на рынке присутствуют более зрелые участники - «HOTEL-06», «HOTEL-11», «HOTEL-05» и «HOTEL-01», которые обладают более продолжительной историей работы и, вероятно, более высокой накопленной узнаваемостью.

Позиционирование большинства объектов строится вокруг сходного набора преимуществ: близости к воде, природного окружения, тишины, уединения и комфортного загородного отдыха. В результате заявления об «отдыхе на природе», «месте на берегу» и «сочетании комфорта и природы» слабо дифференцируют объекты друг от друга. На этом фоне позиционирование DEMO HOTEL выглядит сравнительно содержательным: *скрыто в демоверсии*.

Практически все объекты придерживаются стандартного времени заезда с 15.00 и выезда до 12.00. Такой временной интервал позволяет предлагать гостям поздний выезд как дополнительную платную услугу стоимостью до 50% от суточного тарифа. Исключения составляют HOTEL-08 с более ранним заездом с 14.00, «HOTEL-06» с выездом до 13.00 и «HOTEL-12» с поздним выездом до 14.00, но одновременно и наиболее поздним заездом - с 17.00.

Наиболее развитая инфраструктура питания представлена у «HOTEL-06» и HOTEL-08, где одновременно работают несколько заведений разных форматов. DEMO HOTEL, «HOTEL-01» и «HOTEL-09» ограничиваются форматом кафе. Для камерного эко-отеля такой формат соответствует масштабу объекта.

Проживание с животными разрешено в 10 объектах, за исключением «HOTEL-01» и «HOTEL-02», поэтому pet-friendly формат уже стал распространенным рыночным стандартом. Условия DEMO HOTEL относятся к наиболее привлекательным: доплата составляет *скрыто в демоверсии* рублей за весь период проживания, тогда как многие конкуренты взимают *скрыто в демоверсии* рублей за каждые сутки. Сопоставимые условия предлагает HOTEL-08, а у HOTEL-07 фиксированная плата составляет *скрыто в демоверсии* рублей за весь срок. Таким образом, DEMO HOTEL обладает ценовым преимуществом для гостей, путешествующих с животными, особенно при длительном проживании. Это преимущество целесообразно заметнее отражать на сайте, в карточках на площадках бронирования и в рекламных материалах, одновременно четко указывая размер депозита и правила размещения.

В целом DEMO HOTEL соответствует основным стандартам конкурентного рынка по времени заезда, наличию собственного питания и возможности проживания с животными, т.е. базовым факторам выбора.

Таблица 3.1.1. Сравнение конкурентов по году открытия, позиционированию, типам питания, возможности проживания с животными

Объект, классификация	Год открытия	Позиционирование	Время заезда и выезда	Питание	Проживание с животными
DEMO HOTEL	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

Объект, классификация	Год открытия	Позиционирование	Время заезда и выезда	Питание	Проживание с животными
HOTEL-01	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-02	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-03	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-04	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-06	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-07	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-08	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-09	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-10	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-11	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-12	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии

3.2. Сравнение по типам размещения и стоимости

Представленная структура предложения показывает, что большинство объектов стремится не ограничиваться одним типом размещения, а формирует линейку вариантов, различающихся форматом, площадью, вместимостью и уровнем оснащения. Наряду с обычными гостиничными номерами представлены семейные номера, люксы, апартаменты, таунхаусы, компактные домики, коттеджи различной вместимости, геокупола, сафари-тенты и глэмпинговые шатры. Таким образом, объекты идут по пути максимизации вариантов размещения для охвата нескольких аудиторных сегментов: пар, семей с детьми, небольших компаний и организованных групп.

Некоторые изучаемые объекты используют динамическое ценообразование: цена зависит от текущего спроса. Для минимизации влияния сезонности, цены на проживание сравниваются на октябрь 2026 года, поскольку он не относится к пиковому туристическому сезону и позволяет более корректно сопоставить стоимость размещения. Цены указаны для двух взрослых гостей с завтраком.

Наиболее высокая конкуренция складывается в сегменте размещения для пар. Практически все рассматриваемые объекты имеют продукт, подходящий для двух гостей: стандартный номер, люкс, компактный домик, двухместный коттедж, геокупол, сафари-тент или глэмпинговый шатер. Основной ценовой диапазон конкуренции составляет *скрыто в демоверсии* тыс. рублей за ночь.

Высокой является и конкуренция за семьи и небольшие компании до четырех человек. Цены в этом сегменте варьируются от *скрыто в демоверсии* руб. за семейный номер HOTEL-08 до *скрыто в демоверсии* за дом «*скрыто в демоверсии*» в «HOTEL-03». Широкий ценовой диапазон означает, что конкуренция происходит не только по стоимости, но и по площади, автономности размещения и наличию дополнительных характеристик - террасы, камина, сауны или купели.

Сегмент компаний от пяти человек представлен меньшим количеством объектов, однако внутри него предложение также достаточно развито. Крупные коттеджи имеются у «HOTEL-02», «HOTEL-04», «HOTEL-05», HOTEL-08, «HOTEL-11» и «HOTEL-12». Стоимость варьируется от *скрыто в демоверсии* руб. за коттедж «Стандарт» HOTEL-08 до *скрыто в демоверсии* руб. за коттедж «Гранд» в «HOTEL-05».

Внутри отдельных объектов преимущественно выстраивается последовательная ценовая лестница: увеличение вместимости, площади и оснащения сопровождается ростом тарифа. Наиболее отчетливо это видно у «HOTEL-02». *скрыто в демоверсии*

Аналогичная логика прослеживается у «HOTEL-04». Геокупол для двух человек стоит *скрыто в демоверсии* руб., коттедж на двоих - *скрыто в демоверсии* руб., шестиместные коттеджи - *скрыто в демоверсии* руб., а коттедж до 12 человек - *скрыто в демоверсии* руб.

«HOTEL-05» имеет наиболее широкий ценовой коридор и наиболее выраженное разделение предложения на уровни. Глэмпинговый шатер стоит *скрыто в демоверсии* руб., основные коттеджи - от *скрыто в демоверсии* руб., а коттедж «Гранд» - *скрыто в демоверсии* руб. Разница между самым доступным и самым дорогим вариантом внутри одного объекта превышает девять раз. Это позволяет «HOTEL-05» работать *скрыто в демоверсии*.

скрыто в демоверсии

DEMO HOTEL на фоне конкурентов обладает более концентрированной линейкой. Объект предлагает *скрыто в демоверсии* вместимостью от двух до шести человек и два типа *скрыто в демоверсии*: эко-модуль А2+1 и эко-модуль В 2+2. Таким образом, DEMO HOTEL охватывает три ключевых сегмента - *скрыто в демоверсии*, - однако не выходит в сегмент *скрыто в демоверсии*. *скрыто в демоверсии* размещение у DEMO HOTEL представлено *скрыто в демоверсии*.

Внутренняя ценовая лестница DEMO HOTEL *скрыто в демоверсии*.

Важным отличием DEMO HOTEL является отсутствие *скрыто в демоверсии*. Все представленные категории имеют *скрыто в демоверсии* воскресенье. На фоне конкурентов, *скрыто в демоверсии*, это делает предложение DEMO HOTEL особенно конкурентоспособным для поездок *скрыто в демоверсии* и одновременно обеспечивает *скрыто в демоверсии* ценообразования. Однако в будни объект оказывается *скрыто в демоверсии* загрузки.

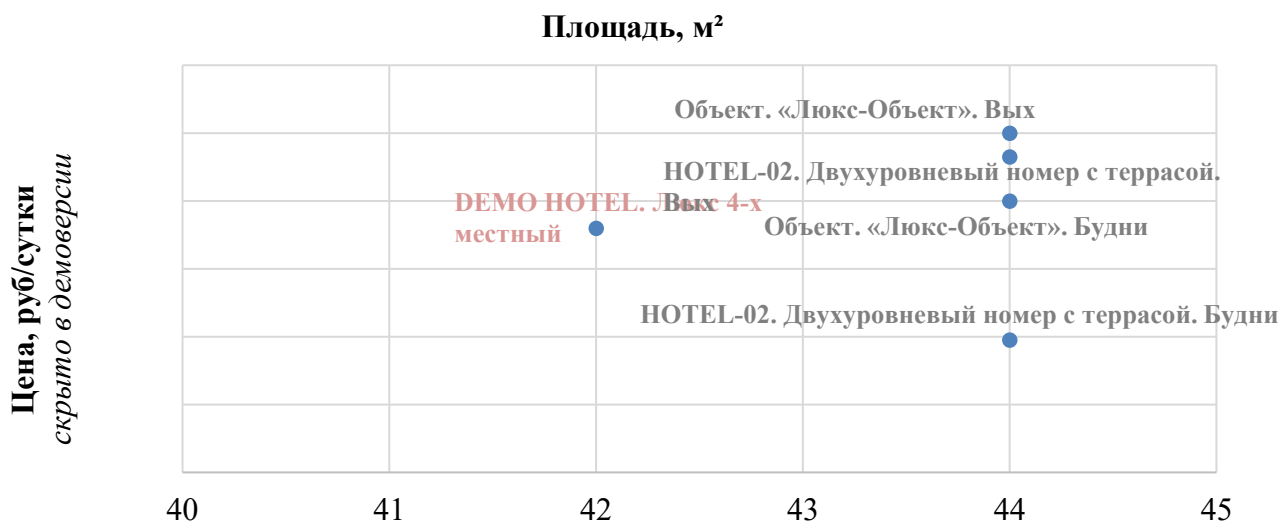
В сегменте гостиничных номеров площадью от 20 до 34 м² DEMO HOTEL занимает средний ценовой диапазон. Двухместный люкс «А» за *скрыто в демоверсии* руб. дороже номеров «HOTEL-01», сопоставим с улучшенным стандартом «HOTEL-11» за *скрыто в демоверсии* руб. и HOTEL-07 *скрыто в демоверсии* руб. По цене DEMO HOTEL находится ниже люкса с террасой HOTEL-08 за *скрыто в демоверсии* руб./ночь.

Диаграмма 3.2.1. Позиционирование двухместных гостиничных номеров 20-34 м² для двух взрослых в осях «Площадь-цена» в октябре 2026 г.



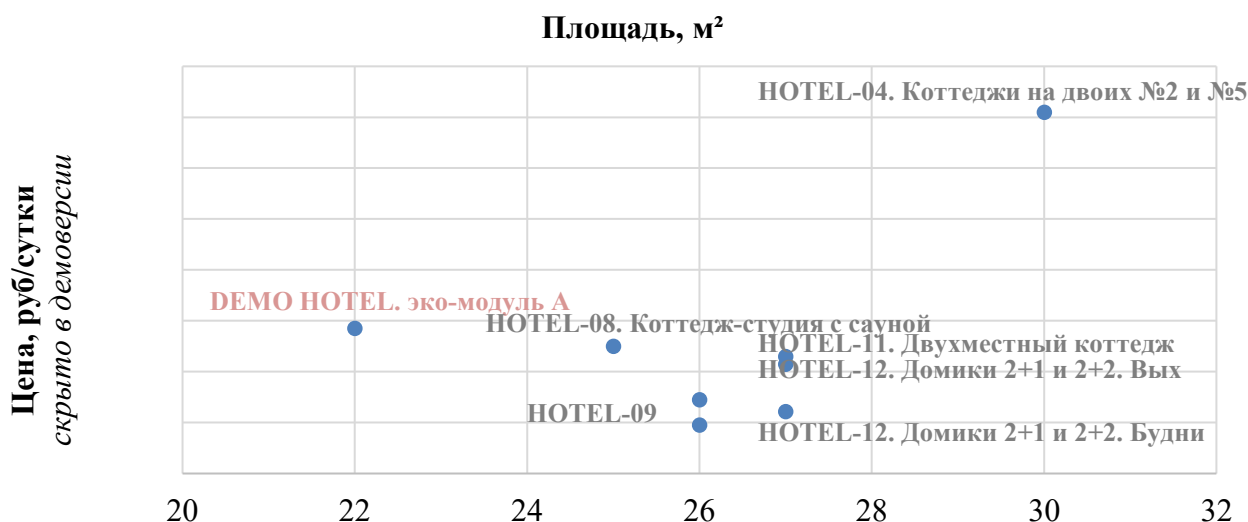
Четырехместные люксы DEMO HOTEL площадью 42–47 м² стоят *скрыто в демоверсии* руб. На выходных стоимость размещения ниже, чем в «HOTEL-06» и «HOTEL-02». Однако в будни стоимость Двухуровневого номера с террасой в «HOTEL-02» на 1 600 руб. дешевле.

Диаграмма 3.2.2. Позиционирование гостиничных номеров 42-47 м² в осях «Площадь-цена» в октябре 2026 г.



Эко-модуль А за *скрыто в демOVERсии* руб. располагается в верхней части ценового диапазона компактных коттеджей для пар. Он дороже домика «HOTEL-09» за *скрыто в демOVERсии* руб., домиков «HOTEL-12» за *скрыто в демOVERсии* руб., двухместного коттеджа «HOTEL-11» за *скрыто в демOVERсии* руб. и коттеджа-студии HOTEL-08 за *скрыто в демOVERсии* руб., но значительно дешевле коттеджа «HOTEL-04» за *скрыто в демOVERсии* руб.

Диаграмма 3.2.3. Позиционирование двухместных коттеджей и домов в осях «Площадь-цена» в октябре 2026 г.



эко-модуль В до четырех человек стоит *скрыто в демOVERсии* руб. и выглядит конкурентоспособно на фоне сопоставимых отдельных домов. Он дороже коттеджа «Комфорт» HOTEL-08 за *скрыто в демOVERсии* руб., немного дешевле «HOTEL-12» в будни и заметно дешевле ее пятнично-субботнего тарифа. Кроме того, цена DEMO HOTEL ниже стоимости коттеджей «HOTEL-06», HOTEL-07 и всех домов «HOTEL-03», где тарифы начинаются с *скрыто в демOVERсии* руб. на буднях. В сегменте компактных семейных коттеджей DEMO HOTEL занимает положение ближе к нижней части среднего ценового диапазона.

Диаграмма 3.2.4. Позиционирование четырехместных коттеджей и домов в осях «Площадь-цена» в октябре 2026 г.



Таким образом, основная рыночная позиция DEMO HOTEL находится в среднем ценовом диапазоне, а наиболее сильным по сравнению с конкурентами выглядит предложение *скрыто в демоверсии*. Потенциально наиболее сложной является конкуренция *скрыто в демоверсии*: именно здесь сосредоточено максимальное количество альтернатив, а эко-модуль А стоит дороже большинства компактных домиков конкурентов.

В нижнем ценовом сегменте находятся HOTEL-08, «HOTEL-01», «HOTEL-09», «HOTEL-11».

«HOTEL-02», «HOTEL-04» и «HOTEL-05» формируют верхнюю часть рынка крупных коттеджей.

Таблица 3.2.5. Сравнение конкурентов по типам номеров и стоимости при проживании двух взрослых с завтраком в октябре 2026 г.

Объект	Тип размещения	Пн–Чт, руб./ночь	Пт–Сб, руб./ночь	Вс, руб./ночь
Номера				
DEMO HOTEL	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
DEMO HOTEL	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
DEMO HOTEL	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
DEMO HOTEL	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-01	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-02	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-06	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
Коттеджи до 2 человек				

[illegible]

Объект	Тип размещения	Пн–Чт, руб./ночь	Пт–Сб, руб./ночь	Вс, руб./ночь
HOTEL-05	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-08	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-08	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-11	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-11	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-12	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-12	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-12	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-12	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Геокупол				
HOTEL-10	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-10	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-10	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-04	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
Прочие типы размещения				
HOTEL-03	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-05	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-02	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии
HOTEL-06	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии	скрыто в демоверсии

3.3. Сравнение программ лояльности

Акции или специальные предложения представлены у 8 объектов. Наиболее распространенным инструментом стимулирования является скидка за длительное проживание. Она применяется в «HOTEL-01», «HOTEL-02», «HOTEL-04», «HOTEL-05», «HOTEL-06», HOTEL-07, HOTEL-08 и «HOTEL-12». Наиболее высокая прямо обозначенная скидка за продолжительность проживания достигает 30% в «HOTEL-05» при *скрыто в демоверсии*.

Вторым распространенным направлением являются *скрыто в демоверсии*. Скидки или подарки для именинников предусмотрены в «HOTEL-02», «HOTEL-04», «HOTEL-06», HOTEL-08 и «HOTEL-12». Предложения для молодоженов действуют в «HOTEL-04» и «HOTEL-12». Раннее бронирование стимулируют «HOTEL-05», «HOTEL-06» и HOTEL-08.

Полноценные программы лояльности представлены у пяти объектов: «HOTEL-01», «HOTEL-05», «HOTEL-06», HOTEL-07 и «HOTEL-11». Их механики существенно различаются. *скрыто в демоверсии*

Таблица 3.3.1. Сравнение конкурентов по акциям и программам лояльности

Объект	Акции и специальные предложения	Программа лояльности
HOTEL-01	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-05	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-06	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-02	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-04	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-12	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

3.4. Сравнение по досугу

Банные услуги имеются во всех изучаемых конкурентах, однако ценовой диапазон очень широк: от финской сауны за *скрыто в демоверсии* руб./час в HOTEL-08 до банного комплекса «HOTEL-05» стоимостью *скрыто в демоверсии* руб. за три часа с чаном. В большинстве объектов баня представляет собой самостоятельную платную услугу, тогда как в «HOTEL-06» бассейн, джакузи и сауна включены в стоимость проживания, а в «HOTEL-12» баня в отдельные сезоны включается в тариф при аренде коттеджей и домиков.

На официальном сайте DEMO HOTEL отсутствует информация о наличии бани или сауны. При этом для загородных объектов размещения в локации баня является значимым элементом продукта и одним из факторов выбора места отдыха. Наличие бани расширяет набор сценариев пребывания, повышает привлекательность объекта, одновременно создает дополнительный источник выручки.

Если баня или сауна на территории DEMO HOTEL существует, рекомендуется разместить информацию на сайте. Если собственной бани или сауны действительно нет, целесообразно рассмотреть создание небольшого банного комплекса с купелью с подогревом.

Наиболее насыщенное и дорогостоящее предложение по досугу сформировано в «HOTEL-05» и «HOTEL-04». Эти объекты предлагают не только стандартный прокат, но и *скрыто в демоверсии*.

«HOTEL-09» и HOTEL-10 отличаются выраженной *скрыто в демоверсии*.

HOTEL-07, HOTEL-08, «HOTEL-11» и «HOTEL-01» в большей степени *скрыто в демоверсии*.

Проживающим HOTEL-08 бесплатно предоставляются велосипеды, весельные лодки, удочки и коньки, HOTEL-07 -инвентарь для волейбола и бадминтона.

Таблица 3.4.1. Сравнение по представленности досуга

Объект	Баннй и оздоровительный досуг	Водный досуг и рыбалка	Активный, экскурсионный и иной досуг
HOTEL-01	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-02	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-03	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-04	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-05	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-06	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-07	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-08	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-09	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-10	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-11	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>
HOTEL-12	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>	<i>скрыто в демоверсии</i>

3.5. Сравнение финансовых показателей

Сравнение финансовых показателей демонстрирует неоднородность объектов как по масштабу бизнеса, так и по характеру развития. В 2025 году разрыв по выручке между крупнейшими и небольшими компаниями превышает порядок: максимальный показатель у Компания HOTEL-06 составляет 252,2млн руб., у Компания HOTEL-05 - 239,3 млн руб., у Компания HOTEL-01 - 200,1 млнруб. В следующую группу входят «HOTEL-08» с выручкой 172,6 млн руб., HOTEL-07 - 134,9 млн руб. и «HOTEL-02» - 122,9 млн руб. При этом высокий объем выручки сам по себе не обеспечивает прибыльность: именно среди крупнейших компаний присутствуют одни из наиболее существенных убытков 2025 года.

Наиболее устойчиво на фоне рассматриваемых компаний выглядит «HOTEL-05». В течение всего периода 2021–2025 годов ее выручка сохранялась на высоком и относительно стабильном уровне - от 209,3 до 248,8 млн руб., а чистая прибыль оставалась положительной во все пять лет. Несмотря на существенные колебания прибыли - от 108,3 млн руб. в 2021 году до 16,5 млн руб. в 2025 году - компания ни разу за рассматриваемый период не вышла в убыток. Одновременно стоимость основных средств выросла с 20,6 до 180,1 млн руб., тогда как долгосрочные заемные средства после максимума в 70,3 млн руб. в 2022 году сократились до 27,7 млн руб. в 2025 году.

Таким образом, рост имущественной базы происходил без параллельного наращивания долгосрочной задолженности. По совокупности представленных показателей «HOTEL-05» демонстрирует наиболее сбалансированное сочетание масштаба бизнеса, положительного финансового результата и структуры долгосрочного финансирования.

Совершенно иной характер финансовой динамики наблюдается у «HOTEL-06». Выручка компании за 2021–2025 годы увеличилась с 187,3 до 252,2 млн руб., то есть примерно на 35%, и в 2025 году стала максимальной среди рассматриваемых организаций. Однако рост масштабов деятельности не сопровождался устойчивым формированием прибыли. Валовая прибыль в разные годы переходила из положительной области в отрицательную, а в 2025 году составила минус 24,7 млн руб. Чистый убыток достиг 94,4 млн руб. при выручке 252,2 млн руб., что соответствует отрицательной чистой рентабельности около 37%. Дополнительной особенностью является значительный объем долгосрочных заемных средств: несмотря на снижение с 460,0 млн руб. в 2022 году до 289,9 млн руб. в 2025 году, он остается существенно выше стоимости основных средств, составляющей 112,4 млн руб. Таким образом, «HOTEL-06» представляют пример крупного по выручке бизнеса, финансовый результат которого в 2025 году резко ухудшился при сохранении значительного объема долгосрочного заемного финансирования.

Схожее расхождение между масштабом деятельности и прибыльностью наблюдается у «HOTEL-01». С 2021 по 2024 год выручка увеличилась со 169,3 до 229,3 млн руб., однако уже в 2025 году сократилась на 12,7%, до 200,1 млн руб. При этом финансовый результат ухудшился значительно сильнее: валовый убыток составил 50,1 млн руб., чистый – 56,2 млн руб. Особого внимания заслуживает одновременное резкое увеличение имущественной базы: основные средства выросли с 16,0 млн руб. в 2024 году до 211,1 млн руб. в 2025 году, а долгосрочные заемные средства – с 39,8 до 87,0 млн руб. Таким образом, 2025 год сочетает существенное увеличение основных средств и заемного финансирования со снижением выручки и резким ухудшением текущего финансового результата.

Отдельную группу формируют быстро растущие компании: «HOTEL-02», «HOTEL-08» и HOTEL-07. Выручка «HOTEL-02» за пять лет увеличилась с 45,3 до 122,9 млн руб., то есть примерно в 2,7 раза. Одновременно основные средства выросли с 39,7 до 600,8 млн руб., а долгосрочные заемные средства – с 43,6 до 325,8 млн руб. В 2025 году компания получила 12,2 млн руб. валовой прибыли, однако чистая прибыль составила всего 112 тыс. руб. Таким образом, увеличение выручки и масштабное наращивание имущественной базы пока не сопровождаются сопоставимым ростом конечной прибыли: фактически в 2025 году компания работала около точки нулевой чистой рентабельности.

Еще более высокие темпы масштабирования показывает «HOTEL-08»: выручка выросла с 12,5 млн руб. в 2021 году до 172,6 млн руб. в 2025 году, то есть почти в 14 раз, численность сотрудников – с 5 до 50 человек, а основные средства – со 121 тыс. до 86,9 млн руб. До 2024 года рост сопровождался улучшением чистого финансового результата: чистая прибыль увеличилась с убытка 208 тыс. руб. в 2021 году до 8,2 млн руб. в 2024 году. Однако в 2025 году при дальнейшем увеличении выручки на 10,5% компания получила валовый убыток 3,4 млн руб. и чистый убыток 4,2 млн руб. Т.е. дальнейшее расширение оборота уже не привело к росту прибыли.

HOTEL-07 также прошла этап быстрого роста: выручка увеличилась с 20,4 млн руб. в 2021 году до 134,9 млн руб. в 2025 году, а численность сотрудников – с 4 до 63 человек. Однако финансовая динамика показывает последовательное снижение отдачи от роста. Чистая прибыль составляла 8,8–8,9 млн руб. в 2021–2022 годах, сократилась до 3,3 млн руб. в 2023 году и 294 тыс. руб. в 2024 году, после чего в 2025 году сменилась убытком 14,2 млн руб. Валовый результат также впервые за рассматриваемый период стал отрицательным – минус 8,3 млн руб. При этом долгосрочная задолженность минимальна и снизилась до 520 тыс. руб., а стоимость основных средств составляет 5,8 млн руб. Таким образом, проблема 2025 года по представленным данным

связана не с высокой долгосрочной долговой нагрузкой, а с ухудшением финансового результата самой деятельности.

Наиболее выраженная отрицательная динамика масштаба деятельности наблюдается у HOTEL-10. После роста выручки с 19,0 млн руб. в 2021 году до максимальных 123,9 млн руб. в 2023 году она сократилась до 87,3 млн руб. в 2024 году и всего 25,0 млн руб. в 2025 году - почти на 80% относительно пикового значения. При этом долгосрочные заемные средства, напротив, последовательно увеличивались и достигли 114,3 млн руб. против 12,7 млн руб. в 2021 году. В 2024 и 2025 годах компания получила чистые убытки соответственно 19,6 и 10,9 млн руб. В результате к 2025 году сформировалось наиболее неблагоприятное сочетание сокращения выручки, отрицательного чистого результата и значительного роста долгосрочной задолженности.

У «HOTEL-11» ситуация отличается: объем бизнеса в целом остается стабильным. В 2021–2025 годах выручка находилась в сравнительно узком диапазоне 62–73 млн руб., тогда как численность сотрудников сократилась с 39 до 23 человек. Одновременно стоимость основных средств последовательно уменьшалась с 8,1 до 3,3 млн руб., а долгосрочные заемные средства - с 4,4 до 1,0 млн руб. Однако сокращение ресурсной базы не сопровождалось улучшением финансового результата. После чистой прибыли 5,3–12,0 млн руб. в 2021–2023 годах компания перешла к убытку 1,7 млн руб. в 2024 году и 25,3 млн руб. в 2025 году. При практически неизменном масштабе выручки такое изменение означает резкое ухудшение прибыльности бизнеса в последние два года.

Показатели «HOTEL-09» позволяют отметить противоречивую динамику. Выручка выросла с 3,7 млн руб. в 2024 году до 21,8 млн руб. в 2025 году, то есть почти в шесть раз, но одновременно валовый убыток увеличился с 1,6 до 19,8 млн руб., а чистый - с 2,9 до 23,7 млн руб. Долгосрочные заемные средства за тот же период выросли с 28,1 до 52,6 млн руб., тогда как основные средства практически не изменились - 15,0 и 15,2 млн руб. Соответственно, имеющиеся данные показывают рост оборота, который сопровождается ухудшением финансового результата.

После валового и чистого убытка порядка 67 млн руб. в 2024 году в 2025 году при выручке 21,3 млн руб. компания «HOTEL-03» получила 10,7 млн руб. валовой и 10,3 млн руб. чистой прибыли. Одновременно основные средства выросли с 8,5 до 110,7 млн руб., долгосрочные заемные средства - со 100,4 до 148,0 млн руб.

Выручка Компания DEMO HOTEL в 2021 году составила 2,6 млн руб., отсутствует в 2023–2024 годах, и достигла 7,3 млн руб. в 2025 году. При этом в 2023–2024 годах отражена положительная чистая прибыль 4,7 и 5,6 млн руб., а в 2025 году при наличии выручки компания вновь получила чистый убыток 2,1 млн руб. Поэтому по имеющимся данным некорректно оценивать устойчивую операционную рентабельность компании. Более определенной является инвестиционная динамика: основные средства за 2021–2025 годы увеличились с 24,7 до 177,6 млн руб., а долгосрочные заемные средства в 2024–2025 годах выросли до 48,6 и 57,5 млн руб. На конец периода масштаб имущественной базы, таким образом, существенно превышает текущий объем отраженной выручки.

Дополнительным общим фактором 2025 года является заметное увеличение среднемесячной заработной платы у большинства компаний. Например, у «HOTEL-01» она выросла с 67,4 до 91,7 тыс. руб., у «HOTEL-02» - с 58,2 до 98,9 тыс. руб., у «HOTEL-05» - с 35,6 до 51,4 тыс. руб., у «HOTEL-06» - с 57,3 до 74,0 тыс. руб., у «HOTEL-08» - с 74,7 до 98,0 тыс. руб. В ряде случаев рост оплаты труда происходил одновременно с ухудшением прибыли. Увеличение стоимости трудовых ресурсов рассматривается дополнительной финансовой нагрузкой на фоне общего снижения прибыльности ряда компаний.

В целом сравнение показывает отсутствие прямой зависимости между размером бизнеса и качеством финансового результата. Среди крупных объектов одновременно присутствует

наиболее устойчивый по совокупности показателей пример «HOTEL-05» и компании с крупнейшими убытками - «HOTEL-06» и «HOTEL-01». Быстрое увеличение выручки также не является гарантией улучшения экономики бизнеса: «HOTEL-08», HOTEL-07 и «HOTEL-02» существенно расширили масштаб деятельности, однако в 2025 году первые две компании стали убыточными, а чистая прибыль «HOTEL-02» практически обнулилась. Еще более показательна «HOTEL-09», где многократный рост выручки сопровождался увеличением убытка.

Финансовые результаты показывают ограниченность модели, при которой основной маркетинговой целью является максимальная загрузка или рост числа бронирований. Для нескольких компаний рост или сохранение высокой выручки не обеспечивает прибыли. Поэтому центральным показателем эффективности становится не количество гостей само по себе, а доходность одного гостя и одного проданного объекта размещения. Это принципиально меняет роль маркетинга: недостаточно обеспечить поток клиентов - необходимо обеспечить поток клиентов по такой цене и через такие каналы, которые сохраняют положительную маржу.

Таблица 3.5.1. Сравнение основных показателей конкурентов

Показатели	2021	2022	2023	2024	2025
Компания DEMO HOTEL					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-01					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-02					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-03					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-05					

Показатели	2021	2022	2023	2024	2025
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-06					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-07 (HOTEL-07)					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-08					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-09					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-10 (HOTEL-10)					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					

Показатели	2021	2022	2023	2024	2025
Основные средства, тыс. рублей					
Компания HOTEL-11 («HOTEL-11»)					
Численность сотрудников, чел.					
Среднемесячная зарплата, рублей					
Выручка, тыс. рублей					
Валовая прибыль, тыс. рублей					
Чистая прибыль, тыс. рублей					
Долгосрочные заемные средства, тыс. рублей					
Основные средства, тыс. рублей					

4. Рекомендации по продвижению DEMO HOTEL

Основной целью рекомендаций по продвижению DEMO HOTEL является увеличение маржинального результата от продаж с учетом сезонности, загрузки и доступного фонда размещения.

Скрыто в демоверсии.