

УТВЕРЖДЕН:
Общим собранием акционеров
ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ»
«20» июня 2019 г.
Протокол № б/н от «25» июня 2019 г.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНО УТВЕРЖДЕН:
Советом директоров
ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ»
«16» мая 2019 г.
Протокол № б/н от «16» мая 2019 г.

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ
Открытого акционерного общества
«ИНФА-ОТЕЛЬ»
по результатам работы
за 2018 год

Генеральный директор _____

Михалицын В.Г.

I. Положение ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" в отрасли.

I.1. Общие тенденции развития экономики в целом и отрасли в 2018 году.

Рост ВВП в 2018 году составил 2%. Это выше, чем прогнозировало Минэкономразвития (МЭР). МЭР ожидало, что экономика в 2018 году вырастет на 1,8%. Примерно того же результата ожидали и аналитики: согласно консенсус-прогнозу 20 экономистов, опрошенных Bloomberg в декабре, ВВП в прошлом году должен был вырасти на 1,7% (еще в ноябре аналитики ожидали роста на 1,8%). МЭР ожидает замедления роста экономики в 2019 году – на фоне повышения НДС с 18 до 20% темп роста ВВП составит 1,3%. В 2020 году показатель вернется к 2%, а затем ускориться до 3%, ожидает МЭР. Разгонять экономику правительство планирует, в том числе, масштабным строительством инфраструктуры в следующие 6 лет.

Инфляция в 2018 году, по окончательным данным Росстата, составила 4,3%. Так, в декабре 2018 года, потребительские цены в среднем по России увеличились на 0,8%. В декабре 2017 года показатель рос на 0,4%, по итогам всего 2017 года инфляция составила 2,5%.

По прогнозу Банка России, годовая инфляция по итогам 2019 года составит 5-5,5% (при этом, временно на пике она может подниматься и до 6%). В 2020 году инфляция вернется к цели регулятора, сформулированной как «вблизи 4%», ожидают в ЦБ.

Вслед за существенным ростом доходов населения, доля потребительских расходов в ВВП постепенно увеличится с 50,1% в 2018 году до 53,6% в 2036 году, превысив докризисные значения (53% в 2014 году), говорится в прогнозе.

Рост реальной заработной платы в долгосрочной перспективе стабилизируется на уровне 2,6%, а, в целом, за 2019-2036 годы увеличение составит примерно 60%, говорится в прогнозе.

«Ожидается, что рынок будет находиться преимущественно в равновесии. В результате реальный темп роста заработных плат будет в течение прогнозируемого периода близок к темпам роста производительности труда». Рост производительности труда достигнет пика в 2022 году – 3,2%, а затем постепенно замедлится до 2,7-2,8%.

Меры правительства (национальные проекты, пенсионная реформа, повышение доли инвестиций до 25% ВВП) обеспечат ускорение потенциальных темпов экономического роста в России до 3%, рассчитывает МЭР. В макроэкономике потенциальный ВВП – это максимальный уровень выпуска при полном использовании всех факторов производства и нормальной загрузке мощностей.

Сейчас Центробанк России оценивает потенциальный рост в 1,5-2%, Международный валютный фонд – в 1,5%. Базовый прогноз Минэкономразвития рисует довольно оптимистичную картину: постоянный рост численности рабочей силы, в том числе, благодаря росту продолжительности здоровой жизни, модернизация основных фондов, более высокая производительность труда за счет технологического обновления, цифровизации и т.д.

Даже консервативный сценарий МЭР не предполагает каких-либо шоков: ВВП после 2021 года растет в среднем на 3,1%, инфляция закладывается на уровне 4%, но рубль будет немного слабее на фоне более дешевой нефти (ниже 50\$ за баррель в 2019-2030 годах). Среднегодовой номинальный курс доллара в базовом поднимется с 68,6 руб. в 2025 году до 75,2 руб. в 2036 году, в консервативном – с 70,4 до 75,2 руб. Существенный риск – мировые кризисы, которые точно будут на таком горизонте, причем последний из них показал, что российская экономика довольно медленно восстанавливается после потрясений.

Все вышеперечисленные факторы и связанные с ними колебания экономических показателей в течение отчетного 2018 года восприняла на себе и интересующая нас отрасль «гостеприимства», включающая в себя гостиничный бизнес и весь спектр сопровождающих его услуг.

По итогам 2018 г. номерной фонд гостиниц международных брендов в Москве увеличился на 10% - было открыто семь отелей совокупным количеством 1 719 номеров. Наиболее активно наращивал присутствие на столичном рынке InterContinental Hotels Group, пополнивший портфолио на три отеля. В результате оператор вышел на второе место после AccorHotels по количеству номеров в управлении в московском регионе. Немецкий оператор PentaHotel group вернулся в Россию, взяв в управление отель в доме-книжке на Арбате.

Всего на конец 2018 года номерной фонд качественных гостиниц Москвы насчитывает 57 230 номеров, треть из которых – под управлением международных операторов. Более половины

номерного фонда международных брендов в Москве (54%) классифицируется в двух ценовых сегментах: Upscale и Upper Upscale («Верхний и верхний предел верхнего»).

В 2019 году в Москве планируется открытие пяти отелей под управлением международных операторов суммарным количеством 1 200 номеров, среди которых Marriott International, InterContinental Hotels Group и Hilton Worldwide. Запланированный на 2020-2021 гг. приход в Россию таких эксклюзивных коллекционных брендов, как Mandarin Oriental, Fairmont, Bvlgari говорит о высокой оценке потенциала московского рынка международными операторами и качественно новом этапе его развития. Перечисленные проекты будут включать также резиденции для постоянного проживания, предоставляя жильцам эксклюзивный сервис от международного бренда.

По оценкам Colliers International, отели под этими брендами будут задавать тренд в премиальном сегменте, как по ценовой политике, так и по уникальному уровню сервиса.

ОСНОВНЫЕ ГОСТИНИЦЫ, ОТКРЫВШИЕСЯ В 2018 году

| НАЗВАНИЕ | ОПЕРАТОР | КОЛИЧЕСТВО НОМЕРОВ |
|--------------------------------------|-----------------------------|--------------------|
| Radisson Blu Olympiyskiy | Carlson Rezidor Hotel Group | 379 |
| Holiday Inn Express Baumanskaya | IHG | 128 |
| Penta Hotels Worldwide | Capital Group | 228 |
| Holiday Inn Express Khovrino | IHG | 171 |
| DoubleTree by Hilton Vnukovo Airport | Hilton | 437 |

По итогам 2018 г. в сегменте гостиничной недвижимости в Москве средняя цена продажи номера ADR составила 8 940 руб., что на 37% больше, чем в 2017 г., а доходность на номер RevPAR увеличился на 45%, достигнув отметки в 6 690 руб. Подобные рекорды стали возможны благодаря проведению Чемпионата Мира по футболу летом 2018 г. Именно столица ощутила на себе наибольший эффект мундиала, отразившийся в значительном росте турпотока и операционных показателей гостиничного сектора. Во время Чемпионата Мира по футболу турпоток в Москву составил 4,5 млн. человек, более половины из которых (2,3 млн. человек) – жители зарубежных стран.

Итоги операционной деятельности по наращиванию тарифов и выручке на номер можно назвать очень успешными для всех гостиничных сегментов Москвы. При этом люксовые отели достигли беспрецедентных для рынка показателей прироста среднего тарифа и дохода на номер: ADR и RevPAR продемонстрировали рост на уровне +58% и 64% соответственно к итогам 2017 г.

Что касается заполняемости, то уже четвертый год подряд гостиницы всех ценовых сегментов Москвы демонстрируют положительную динамику. В 2018 г. средний уровень загрузки составил 75%, что на 4% больше, чем в 2017 г. Лидером заполняемости стал сегмент Upper Midscale & Midscale, нарастивший загрузку на 4,9 п.п. в сравнении с 2017 г., до 76,6%.

По мнению аналитиков, в ближайшие два года в России будет ощущаться приток туристов, привлеченных успешной организацией Чемпионата Мира по футболу. Азия, страны Латинской и Северной Америки будут основными драйверами роста потока зарубежных туристов. При этом эффект «высокой базы» 2018 г. значительно понизит операционные показатели московских гостиниц по результатам 2019 г., однако, в сравнении со «спокойным» 2017 г., показатели ADR и RevPAR покажут прирост.

Параллельно отмечается следующая тенденция: в Москве растет спрос на более бюджетные средства размещения. Динамично развивается сегмент бюджетных и альтернативных средств размещения.

За последние несколько лет отечественные туристы стали более чувствительными к цене, а зарубежные гости предпочитают больше тратить на развлечения, еду или покупки за пределами отеля, а не на проживание».

В течение всего года, маркетинговая политика Отеля «Савой» была направлена на стабилизацию средней цены при адекватном снижении загрузки. Окно бронирования остается небольшим от нескольких дней до одного дня, что позволяет выстроить целесообразную стратегию продаж и управления доходами. Весь этот год подтвердил выбранную стратегию и тактику продаж.

II. Приоритетные направления деятельности ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ".

II.1 Оценка развития гостиничного направления Отеля «Савой» в 2018 году на фоне общеотраслевых тенденций.

II.1.1 Сильные стороны или преимущества комплекса:

- Центральное расположение: более притягательным как для туристов, так и для бизнесменов является центр города, где находятся правительственные, финансовые и культурно-развлекательные учреждения. И в этом смысле у Отеля «Савой», расположенного в самом центре столицы - идеальное местоположение, являющееся одним из факторов успеха.
- Историческая составляющая: многие клиенты, особенно из стран Европы, отдают предпочтение историческим отелям, являющимся памятником культуры.
- Своя четко выраженная ниша на рынке гостиничных услуг. «Савой» - это отель-бутик, имеющий свой неповторимый облик, уникальный дизайн, что выгодно отличает его от отелей-новостроек.
- Небольшое количество номеров создает уютную домашнюю атмосферу и позволяет предоставлять гостям персонализированный сервис. Чем выше положение постояльца, тем более он нуждается – и ожидает получить – в атмосфере индивидуальности, непринужденности и уюта.
- Знаменитый ресторан, известный своим роскошным интерьером.
- Богатый интерьер номерного фонда в стиле итальянского барокко.
- Конференц-зал с дневным освещением и современной аппаратурой.
- Современный оздоровительный комплекс с бассейном, техническое оснащение которого позволяет поддерживать чистоту воды на уровне питьевых стандартов
- Оснащение самыми современными техническими средствами (IP телефония, WiFi Интернет, ЖК телевизоры).
- Название отеля «Савой», ассоциирующееся, по аналогии с известной группой отелей «Савой» в Великобритании и других странах, с предоставлением высококачественных услуг размещения.
- Создание пешеходной зоны по ул. Рождественка и зоны ограниченного движения транспорта по ул. Пушечная привлекает больше туристов.
- Близкое соседство со знаменитым ТРЦ «Детский Мир», известного своим великолепно оборудованным современным детским центром.
- Возможность Интернет - бронирования в режиме реального времени.

II.1.2. Угрозы:

- Обострение конкуренции и демпинг цен отелей конкурентов.
- Запрет парковки по ул. Пушечная и ул. Рождественка (2стояночных места), которая лишила возможности парковать гостям отеля и ресторана свои автомобили.
- Объективная изношенность номерного фонда и оборудования Отеля, его производственных, торговых и подсобных помещений.
- Неконкурентный уровень оплаты труда персонала, отсутствие привлекательных социального пакета и мотивационных программ для персонала, что не позволяет привлекать для работы квалифицированный персонал.
- Отсутствие в ближайшей перспективе серьезных реновационных проектов на площадках отеля, при том, что с момента завершения последней реконструкции прошло уже 14 лет.
- Интенсивная эксплуатация номеров приводит к значительному износу и необходимости постоянного ремонта, что негативно сказывается на показателях рентабельности.
- Активное открытие в течение последних лет и в ближайшем будущем новых современных отелей в непосредственной близости от «Савоя» с просторными номерами и самым современным техническим оснащением.
- Приход мощных международных сетей на рынок столичных гостиничных услуг, диктующих свои правила игры и устанавливающих демпинговые цены на период раскрутки отеля.

Подводя итоги, следует отметить, что по качеству номерного фонда, его техническому оснащению, Отель «Савой» уже существенно отстает от передовых предприятий отрасли.

II.1.3. Динамика показателя загрузки

В течение 2018 года.

о По итогам 1-ого квартала отчетного года Отель вышел на снижение среднего уровня загрузки Отеля на 5,4 пунктов или на 8,1% по сравнению с аналогичным периодом 2017 г.

о По итогам 2-ого квартала отчетного года Отель вышел на повышение среднего уровня загрузки Отеля на 12 пунктов или на +16,3% по сравнению с аналогичным периодом 2017 г., в связи с началом ЧМ по футболу в июне 2018г.

о По итогам 3-его квартала отчетного года Отель продолжил увеличение среднего уровня загрузки Отеля: 8,4 пункта или на 10,7% по сравнению с аналогичным периодом 2017 г.

о По итогам 4-ого квартала отчетного года Отель вышел на снижение среднего уровня загрузки Отеля на -6,3 пункта или на -7,9% по сравнению с аналогичным периодом 2017 г.

В результате, общий рост загрузки в течение всего 2018 г., составил 3%. Отель потерял свою лидирующую позицию по этому показателю, которую он сохранял в течение 2015 и 2016гг. среди конкурентных наборов, и занял 3-е место, опередив только 3-й набор сегмента люкс.

Таким образом, средняя по 2018 году загрузка отеля Савой составила – 76,4%, что на 2,2 пункта (3%) выше среднегодового показателя прошлого года. Для конкурентных наборов 1 и 2 % загрузки и отклонения составили соответственно 79,3% (+3,7 пункта (+3%)) и 79,8% (+1,2 пункта (+1,5%)).

Показатель загрузки Отелей групп сравнения в 2018г.

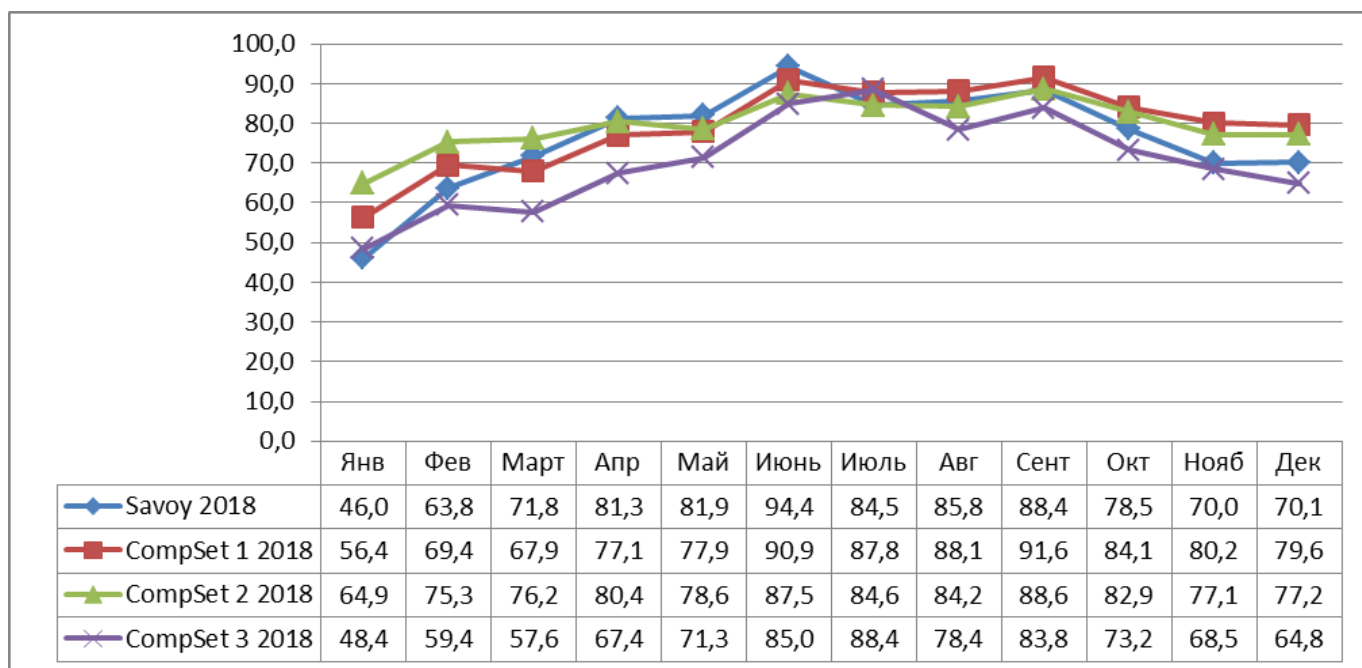


Табл. 1. Загрузка отелей Москвы в 2018 году по сравнению с 2017 годом.

| Месяц | Загрузка | | | | | | | | | | | |
|---------|----------|---------------|---------------------------------------|-----------|-------|---------------|---------------------------------------|-----------|-------------|---------------|---------------------------------------|-----------|
| | 2017 | | | | 2018 | | | | % изменений | | | |
| | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper Upscale | Все отели | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper Upscale | Все отели | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper Upscale | Все отели |
| Январь | 55,4 | 46,3 | 50,8 | 52,5 | 46,0 | 46,1 | 52,1 | 56,9 | -16,9 | -0,6 | 2,8 | 8,5 |
| Февраль | 71,5 | 54,3 | 58,4 | 61,6 | 63,8 | 59,3 | 63,2 | 66,9 | -10,9 | 9,3 | 8,5 | 8,5 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|
| Март | 71,0 | 60,6 | 63,8 | 62,0 | 71,8 | 58,4 | 62,6 | 66,2 | 1,2 | -3,6 | -1,8 | 6,8 |
| 1 Квартал | 65,77 | 53,7 | 57,6 | 58,6 | 60,4 | 54,5 | 59,2 | 63,2 | -8,1 | 1,4 | 2,8 | 7,9 |
| Апрель | 76,2 | 66,6 | 70,6 | 70,1 | 81,3 | 67,3 | 71,6 | 73,4 | 6,7 | 1,1 | 1,4 | 4,7 |
| Май | 66,2 | 65,7 | 70,6 | 66,9 | 81,9 | 70,1 | 73,5 | 73,9 | 23,9 | 6,6 | 4,3 | 10,4 |
| Июнь | 79,4 | 73,9 | 79,0 | 75,6 | 94,4 | 84,4 | 87,1 | 84,4 | 18,9 | 14,2 | 10,3 | 11,7 |
| 2 Квартал | 73,82 | 68,7 | 73,4 | 70,8 | 85,8 | 73,9 | 77,4 | 77,2 | 16,3 | 7,5 | 5,5 | 9,0 |
| Июль | 77,5 | 74,0 | 79,3 | 75,3 | 84,5 | 82,5 | 85,9 | 77,9 | 9,0 | 11,6 | 8,4 | 3,4 |
| Август | 79,1 | 69,4 | 76,4 | 75,0 | 85,8 | 75,4 | 81,4 | 80,0 | 8,5 | 8,7 | 6,6 | 6,6 |
| Сентябрь | 77,0 | 81,4 | 85,6 | 79,7 | 88,4 | 84,7 | 87,4 | 82,2 | 14,9 | 4,0 | 2,2 | 3,2 |
| 3 Квартал | 77,86 | 74,9 | 80,3 | 76,6 | 86,2 | 80,8 | 84,9 | 80,0 | 10,7 | 8,0 | 5,6 | 4,4 |
| Октябрь | 85,4 | 75,9 | 79,7 | 75,9 | 78,5 | 73,5 | 79,5 | 76,2 | -8,1 | -3,1 | -0,2 | 0,4 |
| Ноябрь | 77,9 | 67,4 | 70,3 | 70,9 | 70,0 | 67,2 | 74,0 | 71,0 | -10,1 | -0,4 | 5,3 | 0,1 |
| Декабрь | 74,3 | 66,4 | 70,0 | 66,7 | 70,1 | 66,7 | 72,6 | 67,0 | -5,6 | 0,5 | 3,8 | 0,5 |
| 4 Квартал | 79,20 | 69,9 | 73,3 | 71,2 | 72,9 | 69,2 | 75,4 | 71,4 | -7,9 | -1,1 | 2,8 | 0,3 |
| Итого по году | 74,21 | 66,9 | 71,2 | 69,4 | 76,4 | 69,7 | 74,3 | 73,0 | 3,0 | 4,2 | 4,3 | 5,2 |

При этом гостиничный рынок Москвы в целом за отчетный год продемонстрировал относительный рост к 2017 на уровне +5,2% (73 %). Отели верхнего сегмента также закончили год с небольшим, в пределах 3-4% приростом относительно прошлого 2017 года.

II.1.4. Динамика показателя ADR

1. В течение 2018 года.

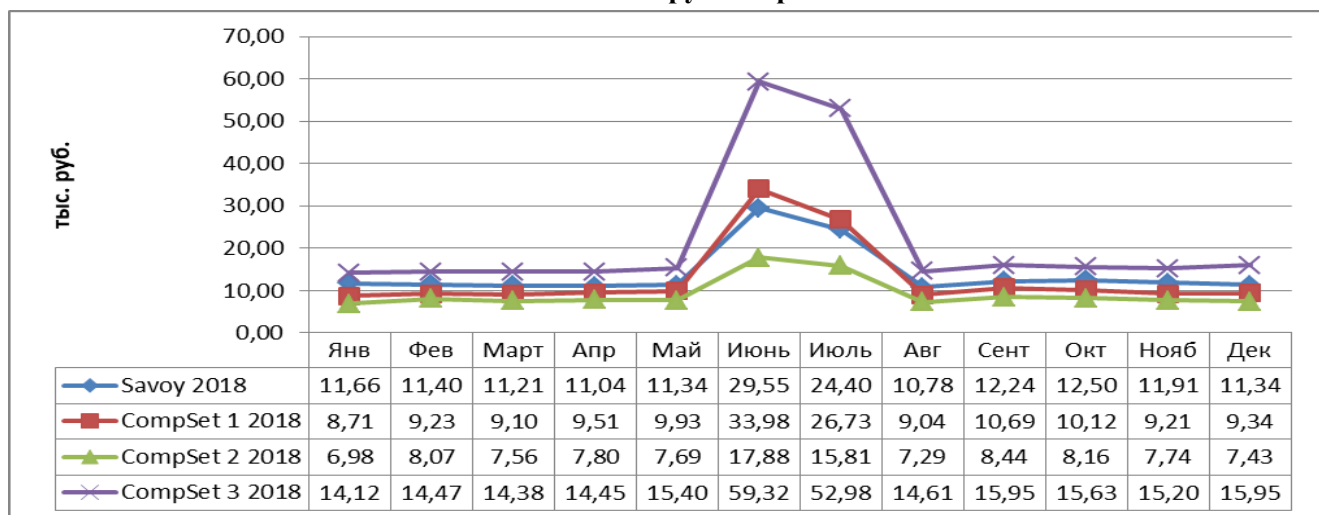
о По итогам 1-ого квартала Отель Савой вырос относительно прошлого года на 703,05 руб. на проданный номер или на +6,1% в относительном измерении.

о Во втором квартале показатель роста средней цены отеля «Савой» относительно 2017 г. составил +52,2% или 5 939,72 руб., что связано с проведением ЧМ по футболу в 2018 году;

о По итогам третьего квартала показатель роста средней цены отеля «Савой» составил 5 041,93 руб. или 46,7%

В 4-м квартале у Отеля динамика роста показателя составила 3,7%, что в абсолютном значении составило +413,8 руб.:

Показатель ADR Отелей группы сравнения в 2018г.



Таким образом, средний по отчетному году показатель ADR отеля составил – 14 573,86 руб., что на 3 511,29 руб. (31,7%) выше показателя прошлого года. Для конкурентных наборов 1 и 2 ADR и его отклонения составили соответственно 13 457,49 руб. (+3 983,37) руб. (+42 %) и 9 374,03 руб. (+1 755,74) руб. (+23%).

Табл.2. ADR отелей Москвы в 2018 году по сравнению с 2017 годом.

| Месяц | Средняя цена | | | | | | | | | | | |
|-------|--------------|---------------|-------------------------------|-----------|-------|---------------|---------------------------------------|-----------|-------------|---------------|-------------------------------|-----------|
| | 2017 | | | | 2018 | | | | % изменений | | | |
| | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper | Все отели | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper Upscale | Все отели | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper | Все отели |
| | | | | | | | | | | | | |

| | | | Upscale | | | | | | | | Upscale | |
|----------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|----------------|-------------|--------------|--------------|-------------|
| Январь | 10978,0 | 14904,5 | 12151,0 | 5097,99 | 11645,6 | 15 577,56 | 12 437,49 | 5019,31 | 6,1 | 4,5 | 2,2 | -1,5 |
| Февраль | 10663,1 | 15145,3 | 12467,6 | 5541,97 | 11415,81 | 15 202,18 | 12 748,21 | 5488,00 | 7,1 | 0,4 | 2,1 | -1,0 |
| Март | 10578,7 | 15364,2 | 12769,4 | 5505,47 | 11216,79 | 15 617,84 | 12 918,47 | 5239,78 | 6,0 | 1,7 | 1,0 | -4,8 |
| 1 Квартал | 10723,02 | 15158,8 | 12486,7 | 5391,98 | 11426,067 | 15 465,17 | 12 716,04 | 5253,37 | 6,6 | 2,0 | 1,7 | -2,6 |
| Апрель | 11116,8 | 15228,3 | 12788,1 | 5489,91 | 11022,85 | 15 310,19 | 12 871,86 | 5493,22 | -0,8 | 0,5 | 0,5 | 0,1 |
| Май | 11338,7 | 15509,7 | 12715,2 | 5310,63 | 11332,61 | 16 459,17 | 13 777,17 | 5495,96 | -0,1 | 6,1 | 8,2 | 3,5 |
| Июнь | 11639,3 | 15941,2 | 13410,5 | 5556,66 | 29572,79 | 61 533,83 | 50 184,00 | 16657,50 | 154,1 | 286,0 | 273,7 | 199,8 |
| 2 Квартал | 11369,70 | 15572,9 | 12985,2 | 5455,81 | 17309,417 | 33 085,35 | 27 012,79 | 9550,08 | 52,2 | 112,5 | 107,7 | 75,0 |
| Июль | 10323,4 | 14756,1 | 12180,8 | 4932,97 | 24454 | 54 939,66 | 44 419,24 | 13906,56 | 136,9 | 272,3 | 264,2 | 181,9 |
| Август | 9980,0 | 13838,3 | 11317,7 | 4720,78 | 10762,35 | 15 415,27 | 12 808,17 | 5092,70 | 7,8 | 11,4 | 13,0 | 7,9 |
| Сентябрь | 12144,2 | 15901,3 | 13439,0 | 5659,27 | 12288,07 | 17 182,16 | 14 783,00 | 6174,50 | 1,2 | 8,1 | 9,9 | 9,1 |
| 3 Квартал | 10792,88 | 14875,4 | 12341,4 | 5109,02 | 15834,807 | 29 613,75 | 24 249,22 | 8346,11 | 46,7 | 99,1 | 96,2 | 63,4 |
| Октябрь | 12061,3 | 19185,6 | 15810,3 | 5992,92 | 12503,8 | 16 842,04 | 14 048,62 | 6019,81 | 3,7 | -12,2 | -11,3 | 0,4 |
| Ноябрь | 10877,1 | 15044,0 | 12846,9 | 5515,95 | 11244,78 | 15 903,07 | 13 133,12 | 5758,18 | 3,4 | 5,7 | 2,1 | 4,4 |
| Декабрь | 10898,5 | 16748,8 | 13657,1 | 5483,26 | 11434,62 | 16 968,58 | 13 781,70 | 5793,12 | 4,9 | 1,3 | 0,8 | 5,7 |
| 4 Квартал | 11313,92 | 17103,5 | 14192,2 | 5676,12 | 11727,73 | 16 585,77 | 13 668,94 | 5862,89 | 3,7 | -3,0 | -3,8 | 3,3 |
| Итого по году | 11060,83 | 15697,5 | 13015,9 | 5403,00 | 14074,51 | 24 542,65 | 20 003,82 | 7390,95 | 27,2 | 56,3 | 53,5 | 36,8 |

В связи с проведением ЧМ по футболу гостиничный рынок Москвы продемонстрировал рост к 2017 на уровне (36,8)%.

Однако, при прочих равных условиях, присутствует небольшой рост к 2017 на уровне (2,1)%. Для отелей верхнего сегмента средний прирост составил около 55%.

II.1.4. Динамика показателя RevPar

Динамика относительного изменения комплексного показателя RevPar стала выглядеть для Отеля и его конкурентного окружения следующим образом:

По 1-ому кварталу: Этот период был закончен отелем с отрицательным результатом к итогам прошлого года (-169, руб./ -2,4%). При том, что отели 1-ого конкурентного набора прибавили в доходности +271 руб. или +4,9%, а 2-й конкурентный набор потерял от уровня прошлого года (-320,94 руб./ -6,3%).

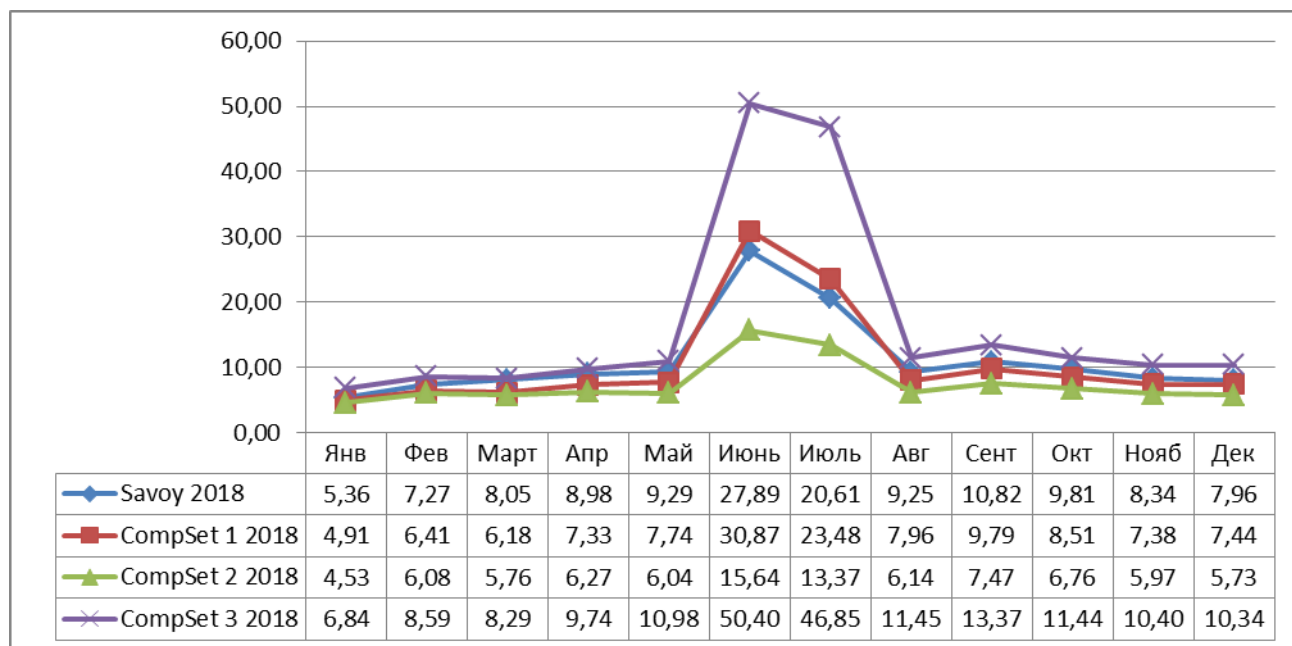
По 2-ому кварталу: По итогам квартала отель «Савой» существенно приобрел в доходности на 82,5%, в связи с началом ЧМ в июне. Для отелей групп сравнения динамика отклонений показателя доходности на номер относительно прошлого года лежит в диапазоне от (+101)% для CS1 до (46,5)% (CS2).

По 3-ему кварталу: По итогам квартала отель «Савой» продолжил сохранять в доходности на 61,5%, для отелей групп сравнения динамика отклонений показателя доходности на номер относительно прошлого года лежит в диапазоне от (+76)% для CS1 до (+43,8)% (CS2).

По 4-ому кварталу среднее падение показателя составило у Савоя -253,13 руб. или -2,8%, у отелей группы сравнения отклонения составили от (+1)% для CS1 до -1,2% (CS2).

В целом, за 2018 год показатель RevPar Савоя составил 11 135,25 руб., что на 2 925,74 руб. или 35,6% выше показателя прошлого года. Для конкурентного окружения №№ 1 и 2 этот показатель и его отклонения относительно прошлого года вышли на уровень соответственно 7 474 руб. (+1 489/+24,9%) и 10 667 (+ 3 510/+49%).

Показатель RevPar Отелей группы сравнения в 2018г.



Таким образом, по итогам года, по показателю доходности Отель Савой на второй позиции. По 1-ому конкурентному набору (+3 510,34 руб. и +49%). По 2-й конкурентной группе опережение составило 1 488,79 руб. или +24,9%

Табл.3. RevPar отелей Москвы в 2018 году по сравнению с 2017 годом.

| Месяц | Доход на номер (RevPAR) | | | | | | | | | | | |
|---------------|-------------------------|---------------|---------------------------------------|-----------|-----------|---------------|---------------------------------------|-----------|-------------|---------------|---------------------------------------|-----------|
| | 2017 | | | | 2018 | | | | % изменений | | | |
| | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper Upscale | Все отели | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper Upscale | Все отели | Савой | Moscow Luxury | Central Moscow Luxury & Upper Upscale | Все отели |
| Январь | 6078,5 | 6902,9 | 6169,6 | 2 674,52 | 5 364,77 | 7 174,82 | 6 482,31 | 2 856,39 | -11,7 | 3,9 | 5,0 | 6,8 |
| Февраль | 7628,4 | 8220,4 | 7277,5 | 3 414,39 | 7 267,01 | 9 022,24 | 8 062,77 | 3 668,82 | -4,6 | 9,8 | 10,7 | 7,5 |
| Март | 7507,7 | 9311,7 | 8152,9 | 3 412,69 | 8 046,69 | 9 125,75 | 8 091,51 | 3 468,40 | 7,2 | -2,0 | -0,9 | 1,6 |
| 1 Квартал | 7052,96 | 8142,5 | 7197,4 | 3 159,49 | 6 880,35 | 8 421,56 | 7 528,29 | 3 320,58 | -2,4 | 3,4 | 4,5 | 5,1 |
| Апрель | 8473,2 | 10137,7 | 9033,6 | 3 849,33 | 8 977,13 | 10 302,98 | 9 217,68 | 4 033,21 | 6,0 | 1,6 | 1,9 | 4,8 |
| Май | 7500,6 | 10193,4 | 8971,1 | 3 555,24 | 9 290,08 | 11 532,77 | 10 130,80 | 4 061,82 | 23,8 | 13,1 | 12,8 | 14,2 |
| Июнь | 9235,8 | 11787,7 | 10593,0 | 4 198,42 | 27 886,86 | 51 950,57 | 43 734,53 | 14 063,31 | 201,9 | 340,7 | 312,3 | 235,0 |
| 2 Квартал | 8393,27 | 10700,6 | 9526,4 | 3 865,07 | 15 317,71 | 24 444,87 | 20 904,18 | 7 376,83 | 82,5 | 128,4 | 119,2 | 90,9 |
| Июль | 8002,7 | 10912,6 | 9653,5 | 3 714,11 | 20 613,92 | 45 340,88 | 38 138,55 | 10 827,87 | 157,6 | 315,5 | 294,7 | 191,5 |
| Август | 7890,2 | 9607,0 | 8644,1 | 3 541,64 | 9 251,03 | 11 630,60 | 10 419,76 | 4 071,97 | 17,2 | 21,1 | 20,5 | 15,0 |
| Сентябрь | 9347,4 | 12943,4 | 11502,4 | 4 509,16 | 10 822,62 | 14 551,36 | 12 926,65 | 5 077,39 | 15,4 | 12,4 | 12,2 | 12,6 |
| 3 Квартал | 8403,29 | 11134,9 | 9916,3 | 3 915,03 | 13 592,30 | 23 941,92 | 20 577,25 | 6 676,27 | 61,5 | 115,0 | 107,3 | 70,5 |
| Октябрь | 10295,5 | 14554,3 | 12596,2 | 4 550,76 | 9 806,32 | 12 379,80 | 11 167,81 | 4 587,82 | -4,8 | -14,9 | -11,5 | 0,8 |
| Ноябрь | 8468,9 | 10144,2 | 9027,6 | 3 912,86 | 8 337,57 | 10 683,74 | 9 717,95 | 4 089,57 | -1,6 | 5,3 | 7,5 | 4,5 |
| Декабрь | 8101,9 | 11126,1 | 9554,7 | 3 657,82 | 7 955,11 | 11 323,93 | 10 006,99 | 3 881,92 | -1,5 | 1,8 | 4,6 | 6,1 |
| 4 Квартал | 8960,75 | 11961,0 | 10407,7 | 4 040,25 | 8 703,60 | 11 470,95 | 10 303,88 | 4 186,27 | -2,8 | -4,1 | -1,1 | 3,6 |
| Итого по году | 8208,34 | 10497,0 | 9272,5 | 3 750,69 | 11 135,25 | 17 094,70 | 14 857,92 | 5 397,30 | 35,6 | 62,9 | 60,1 | 43,9 |

Гостиничный рынок Москвы в целом за этот же период продемонстрировал прирост к 2017 году на уровне (43,9)%. Для отелей верхнего сегмента средний прирост составил (+60-62)%.

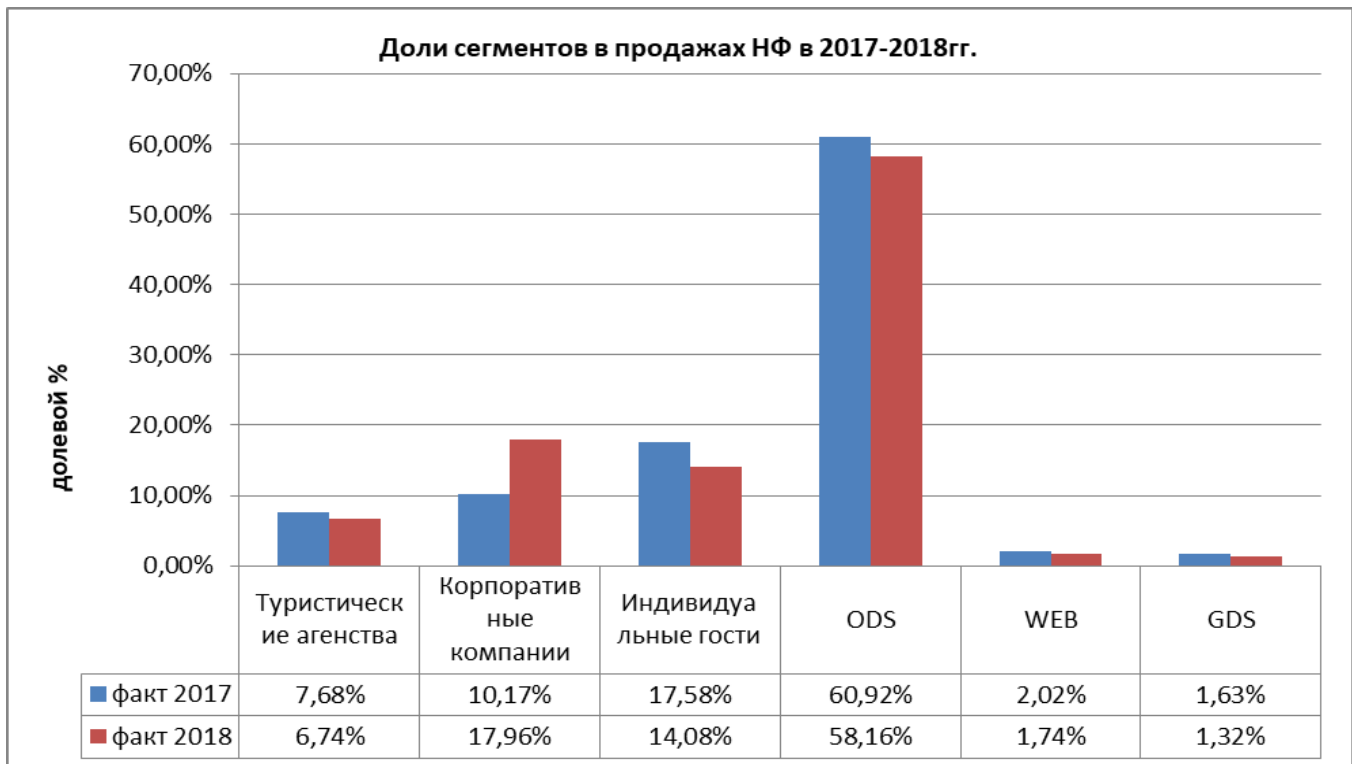
II.2.1. Анализ продаж 2018 года в разрезе сегментов

Распределение доходов по сегментам по сравнению с 2017 годом претерпело некоторые изменения по всем сегментам рынка.

По 2018 году:

- Существенно на 7,8 пункта (+76,6%) выросла доля корпоративного сегмента при одновременном росте средней цены, который составил +129,9% (+13 930 руб.);

- Одновременно наблюдалось падение доли туристического сегмента на 0,94 пункта (-12,2%) при росте средней цены на 21,8% (+2 064 руб.);
- Снизилась доля сегмента индивидуальных бронирований (тел., факс) на 3,5 пункта (-19,9%) при росте средней цены на +23,3% (2 971 руб.);
- И упала доля бронирований через электронные каналы (Booking, HRS, Expedia) на 2,8 пункта (-4,5%), даже при росте ADR на 23,2% (2 478 руб.);
- бронирования через Web-site упали незначительно на 0,28 пункта (на 13,9%) при росте средней цены на 8% (+1 103 руб.)
- Объем через GDS также упал почти на 0,31 пункта (-19,02%) при снижении цены продаж на 8,4% (-1 031 руб.);



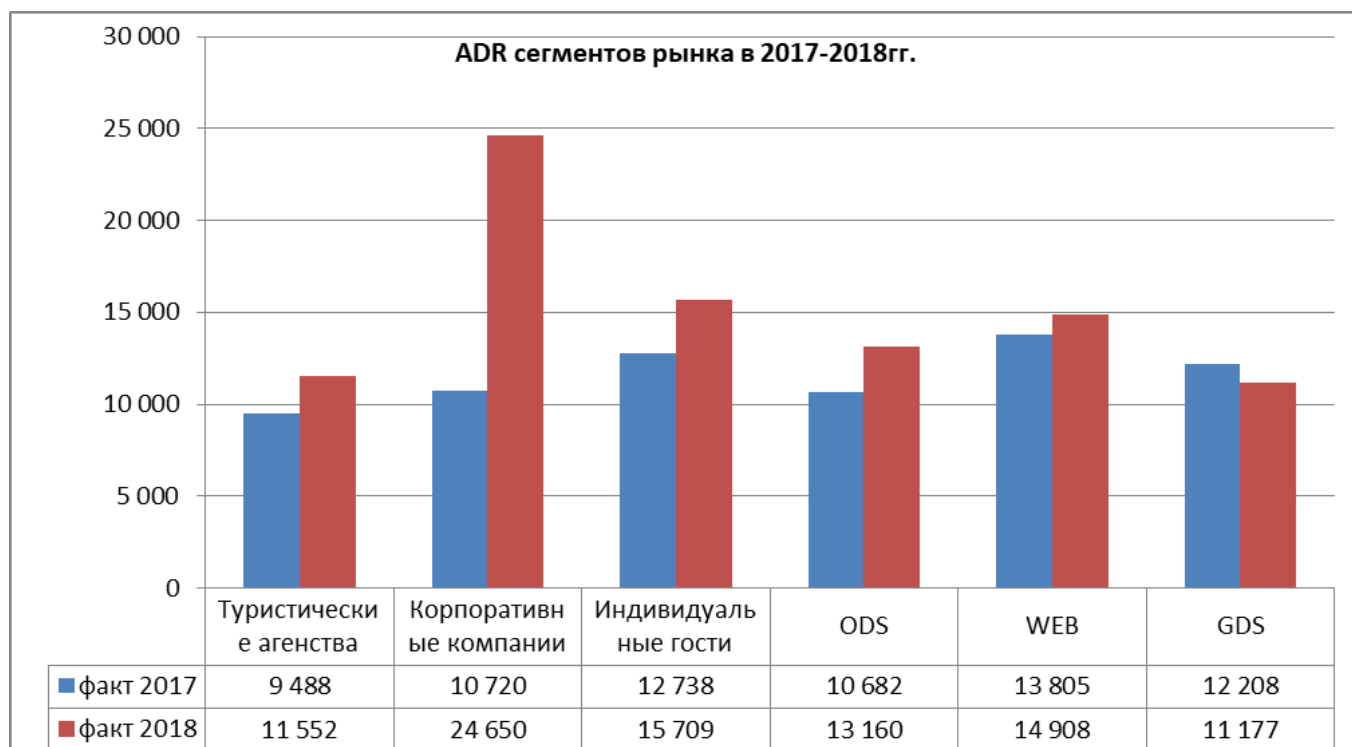


Табл. № 4 ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПОСТАВЩИКИ В 2018 г.

| № п/п | Название | 2018 | | № п/п | Название | 2017 | |
|--------------|----------------|---------------|--------------------|--------------|----------------|---------------|--------------------|
| | | н/п | Доход | | | н/п | Доход |
| 1 | Россия | 4 094 | 59 659 432 | 1 | Россия | 7 338 | 85 133 494 |
| 2 | Италия | 527 | 7 679 658 | 2 | Германия | 1 018 | 10 816 560 |
| 3 | Франция | 486 | 7 082 189 | 3 | Италия | 872 | 9 028 829 |
| 4 | США | 448 | 6 528 438 | 4 | Великобритания | 839 | 8 683 141 |
| 5 | Великобритания | 428 | 6 236 990 | 5 | США | 811 | 8 251 450 |
| 6 | Германия | 422 | 6 149 555 | 6 | Франция | 560 | 5 915 949 |
| 7 | КНР | 370 | 5 391 790 | 7 | Израиль | 461 | 5 115 015 |
| 8 | Израиль | 335 | 4 881 756 | 8 | КНР | 438 | 4 519 445 |
| 9 | Австралия | 246 | 3 584 812 | 9 | Украина | 341 | 3 608 076 |
| 10 | Испания | 187 | 2 725 040 | 10 | Швейцария | 341 | 3 867 444 |
| Всего | | 18 685 | 272 285 413 | Всего | | 18 148 | 200 731 200 |

II.2.2. Оценка развития ресторанного направления ОАО «Инфа-Отель» в 2018 году на фоне общепитовых тенденций.

В Москве сегодня насчитывается более 12 100 предприятий общественного питания. Это 74 заведения на 100 000 человек. В сравнении с крупными городами других стран цифра невелика: в Париже на аналогичное количество жителей приходится 320 заведений, в Нью-Йорке – 295, в Лондоне – 289, Шанхае – 237.

Доля расходов москвичей на питание вне дома растет, но пока составляет только 6%, тогда как в крупных городах Европы и США этот показатель приближается к отметке в 30%.

Отечественный рынок общепита не насыщен: его емкость в разы превышает значения текущих оборотов.

Плотность ресторанного предложения в центре – 5,3 заведений на тысячу человек, в то время как в спальных районах – 0,79 заведений на ту же тысячу человек, т.е. в 7 раз меньше. Между ТТК и МКАД живет почти вся Москва – 10,5 млн. человек, которые испытывают нехватку качественного ресторанного

предложения. В этих условиях спальные районы Москвы становятся новой востребованной нишей для рестораторов.

Главные причины, по которым жители столицы посещают заведения общепита, – чтобы «провести время с семьей и друзьями» (актуально для 45% посетителей кафе и ресторанов) и «просто поесть» (39,6%). Лишь для 25,6% москвичей кафе или ресторан – место, где они отмечают важные события.

Вместе с тем на фоне затянувшегося экономического кризиса, санкционной войны и ослабления рубля в оценке перспектив успешности функционирования предприятий общественного питания преобладают другие негативные тенденции. В последние 3 года падает уровень доходов россиян, а направление социальных процессов и депрессия в потребительских настроениях привели к тому, что все больше потребителей услуг общественного питания отдают предпочтение заведениям с дешевой азиатской кухней или фаст-фуду.

Кроме того современный потребитель предпочитает посещать объекты общественного питания, расположенные в непосредственной близости от мест проведения своего досуга, в котором последние годы все больше преобладает посещение торговых центров или иных аналогичных им структур. Территориальная близость становится главным преимуществом. Москвичи уже не хотят тратить время на дорогу, им нужен качественный сервис в пешей доступности.

Понятно, что при таких трендах развития рынка ресторан «Савой», как представитель ниши дорогих исторических ресторанов, становится особенно уязвим и должен проявлять максимум изобретательности в борьбе за буквально каждого клиента.

1. Стратегия.

В 2018 году стратегия Службы общественного питания была направлена на:

1. сохранение существующей базы гостей и привлечения новых, привлечение новых компаний, агентств в условиях жесткого конкурентного рынка ресторанных услуг;
2. на сохранение приемлемой продажной стоимости блюд и напитков;
3. на поиск новых поставщиков продуктов питания и алкогольной продукции и заключение с ними договоров, заключение маркетинговых договоров

1.1 Завтраки

- обновилась линия завтраков «шведский стол» (изменился внешний вид выкладки продуктов, что сделало более привлекательным завтрак для гостей.)

- изменился и стал более разнообразным ассортимент подаваемых блюд на шведскую линию, с приходом нового шеф кондитера полностью обновился кондитерский стол, на шведской линии более 30 видов выпечки и десертов, ранее было 10 видов. Добавились блюда «по запросу» : соевое молоко, безглютеновый хлеб и т.д.

- уход от полуфабрикатов , фаршированные блины, сырники изготавливаем сами. Что позволяет разнообразить ассортимент шведского стола и уменьшить расходы.

2.2. А-ля карт

- было разработано и утверждено новое меню. На постоянной основе вводятся сезонные акции.

- произошла оптимизация штатного расписания (поменялись повара, официанты, метрдотели, бармены-кассиры).

- изменение формата летнего кафе. Внешний вид кафе стал более уютным и комфортным, был сделан подиум, появились телевизоры для просмотра гостями футбольных матчей на период ЧМ, разработано более доступное и интересное меню.

2.3. Банкеты и конференции

- было разработано и утверждено новое банкетное меню

- произошло увеличение базы клиентов

- для привлечения гостей были разработаны предложения по алкоголю

2.4. Бар «Эрмитаж» и рум-сервис

- было разработано и утверждено новое меню

-на ежемесячной основе вводятся новые позиции в меню или специальные предложения

- к Чемпионату мира по футболу было разработано специальное меню

-на ежемесячной основе проводятся акции для гостей бара «Эрмитаж»

-оформлена кондитерская витрина

Все эти мероприятия позволили минимизировать негативные тенденции ресторанного рынка, и выручка СОП опередила достигнутое в 2017 г. на 1 476 000 руб.

Табл. 5. Помесячные показатели выручки банкетного направления, 2017-2018 гг., тыс. руб., без НДС.

| | Мероприятия р-на Савой (питание на банкетах + прочие доходы:аренда оборудования на банкеты и обслуживание) | | | Мероприятия р-на Савой (питание на банкетах + прочие доходы:аренда оборудования на банкеты и обслуживание) | | | Динамика изменения доходов отн. 2017 г. % | Динамика изменения бюджета мероприятий, % |
|-----------------|--|--------|-------------------------|--|--------|-------------------------|---|---|
| | 2018 г. | кол-во | Среднемес. Бюджет, руб. | 2017 г. | кол-во | Среднемес. Бюджет, руб. | | |
| Январь | 1 221,3 | 5 | 244 259,1 | 1 269,6 | 6 | 211 592,7 | -4% | 15% |
| Февраль | 762,5 | 7 | 108 930,0 | 4 127,4 | 15 | 275 162,5 | -82% | -60% |
| Март | 1 039,0 | 7 | 148 423,3 | 1 940,6 | 10 | 194 060,0 | -46% | -24% |
| Апрель | 2 363,7 | 17 | 139 040,2 | 1 733,7 | 14 | 123 832,8 | 36% | 12% |
| Май | 1 427,3 | 13 | 109 794,8 | 767,3 | 6 | 127 876,3 | 86% | -14% |
| Июнь | 1 449,7 | 10 | 144 968,7 | 1 531,1 | 11 | 139 192,0 | -5% | 4% |
| Июль | 702,9 | 9 | 78 096,0 | 2 502,5 | 13 | 192 496,7 | -72% | -59% |
| Август | 2 005,4 | 10 | 200 540,3 | 973,2 | 4 | 243 298,1 | 106% | -18% |
| Сентябрь | 1 532,2 | 23 | 66 615,3 | 1 030,6 | 7 | 147 221,5 | 49% | -55% |
| Октябрь | 2 440,7 | 13 | 187 742,7 | 968,5 | 5 | 193 697,4 | 152% | -3% |
| Ноябрь | 2 484,8 | 9 | 276 085,1 | 1 017,1 | 9 | 113 012,1 | 144% | 144% |
| Декабрь | 5 037,6 | 23 | 219 026,0 | 2 970,3 | 13 | 228 488,0 | 70% | -4% |
| Всего за период | 22 466,9 | 146 | 153 882,9 | 20 831,8 | 113 | 184 351,9 | 8% | -17% |

По году указанное направление прибавило 8% от факта прошлого года в основном за счет активности 4-го квартала. И следует отметить, количество мероприятий существенно выросло - +29%.

Табл. 6. Помесячные показатели выручки направления конференции 2017-2018гг, без НДС.

| Месяц квартала | Доход от конференций и групп в 2018г. | | | Доход от конференций и групп в 2017г. | | | Динамика изменения доходов отн. 2017 г. % |
|--------------------|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------------------------------|------------------|------------------|---|
| | Аренда + оборудование, руб. | Питание, руб. | Всего, руб. | Аренда + оборудование, руб. | Питание, руб. | Всего, руб. | |
| Январь | 222 868 | 514 735 | 737 602 | 265 895 | 230 753 | 496 648 | 49% |
| Февраль | 613 014 | 687 168 | 1 300 182 | 342 432 | 617 953 | 960 385 | 35% |
| Март | 606 450 | 1 325 333 | 1 931 783 | 836 686 | 1 751 840 | 2 588 525 | -25% |
| I квартал | 1 442 332 | 2 527 236 | 3 969 568 | 1 445 012 | 2 600 546 | 4 045 558 | -2% |
| Апрель | 460 906 | 1 160 362 | 1 621 267 | 685 297 | 1 095 110 | 1 780 407 | -9% |
| Май | 279 430 | 640 268 | 919 698 | 368 366 | 673 450 | 1 041 815 | -12% |
| Июнь | 195 577 | 516 960 | 712 537 | 479 578 | 737 738 | 1 217 316 | -41% |
| II квартал | 935 912 | 2 317 590 | 3 253 502 | 1 533 241 | 2 506 297 | 4 039 538 | -19% |
| Июль | 436 836 | 140 801 | 577 637 | 331 047 | 187 124 | 518 171 | 11% |
| Август | 140 630 | 186 263 | 326 893 | 49 200 | 218 924 | 268 124 | 22% |
| Сентябрь | 544 173 | 622 905 | 1 167 078 | 326 959 | 441 193 | 768 151 | 52% |
| III квартал | 1 121 639 | 949 969 | 2 071 608 | 707 206 | 847 240 | 1 554 446 | 33% |
| Октябрь | 545 284 | 940 515 | 1 485 799 | 826 117 | 1 681 107 | 2 507 224 | -41% |
| Ноябрь | 442 187 | 828 588 | 1 270 775 | 345 529 | 567 366 | 912 895 | 39% |

| | | | | | | | |
|--------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------|
| Декабрь | 320 645 | 352 631 | 673 277 | 512 513 | 913 603 | 1 426 116 | -53% |
| IV квартал | 1 308 116 | 2 121 734 | 3 429 851 | 1 684 159 | 3 162 076 | 4 846 235 | -29% |
| ИТОГО | 4 808 000 | 7 916 529 | 12 724 529 | 5 369 618 | 9 116 159 | 14 485 777 | -12% |
| | | | 244 мероприятия | | | 265 мероприятий | |

По направлению конференции динамика отрицательная, что связано с проведением Чемпионата мира по футболу. Произошло сокращение количества мероприятий на 8%, что существенно влияет на итоговую выручку.

Табл. 7. Помесячные показатели выручки бара «Эрмитаж» в 2017-2018 гг., тыс. руб., без НДС

| Месяц отчетного периода | Бар «Эрмитаж» | | Динамика изменения доходов отн. 2017 г. |
|-------------------------|---------------|---------------|---|
| | 2018 г. | 2017 г. | |
| Январь | 736 534,00 | 692 800,00 | 6,31 |
| Февраль | 802 638,00 | 1 019 300,00 | -21,26 |
| Март | 820 454,00 | 10 97 200,00 | -25,22 |
| Апрель | 795 199,00 | 974 700,00 | -18,42 |
| Май | 602 098,00 | 8106 00,00 | -25,72 |
| Июнь | 848 354,00 | 729 900,00 | 16,23 |
| июль | 631 739,00 | 713 800,00 | -11,50 |
| август | 703 831,00 | 534 100,00 | 31,78 |
| сентябрь | 723 560,00 | 913 100,00 | -20,76 |
| октябрь | 944 337,00 | 1 065 400,00 | -11,36 |
| ноябрь | 867 448,00 | 1 056 500,00 | -17,89 |
| декабрь | 867 448,00 | 1 047 200,00 | -17,17 |
| Общая сумма за период | 9 343 640,00 | 10 654 590,00 | -12,30 |

Годовой результат продаж бара «Эрмитаж» показал 12-ти % падение доходов. Но это не говорит о падении общей выручки по СОП или потере гостей.

Это говорит о том, что ресторан «Савой» стал популярнее у гостей отеля за счет доступных цен и интересного меню, и их часть переместилась в ресторан. Из цифр это видно: «Савой»+Рум Сервис к прошлому году + 1 602 739 руб., а доход «Эрмитажа» к прошлому году упал на 121 819 руб., данная сумма ушла в доход ресторана «Савой».

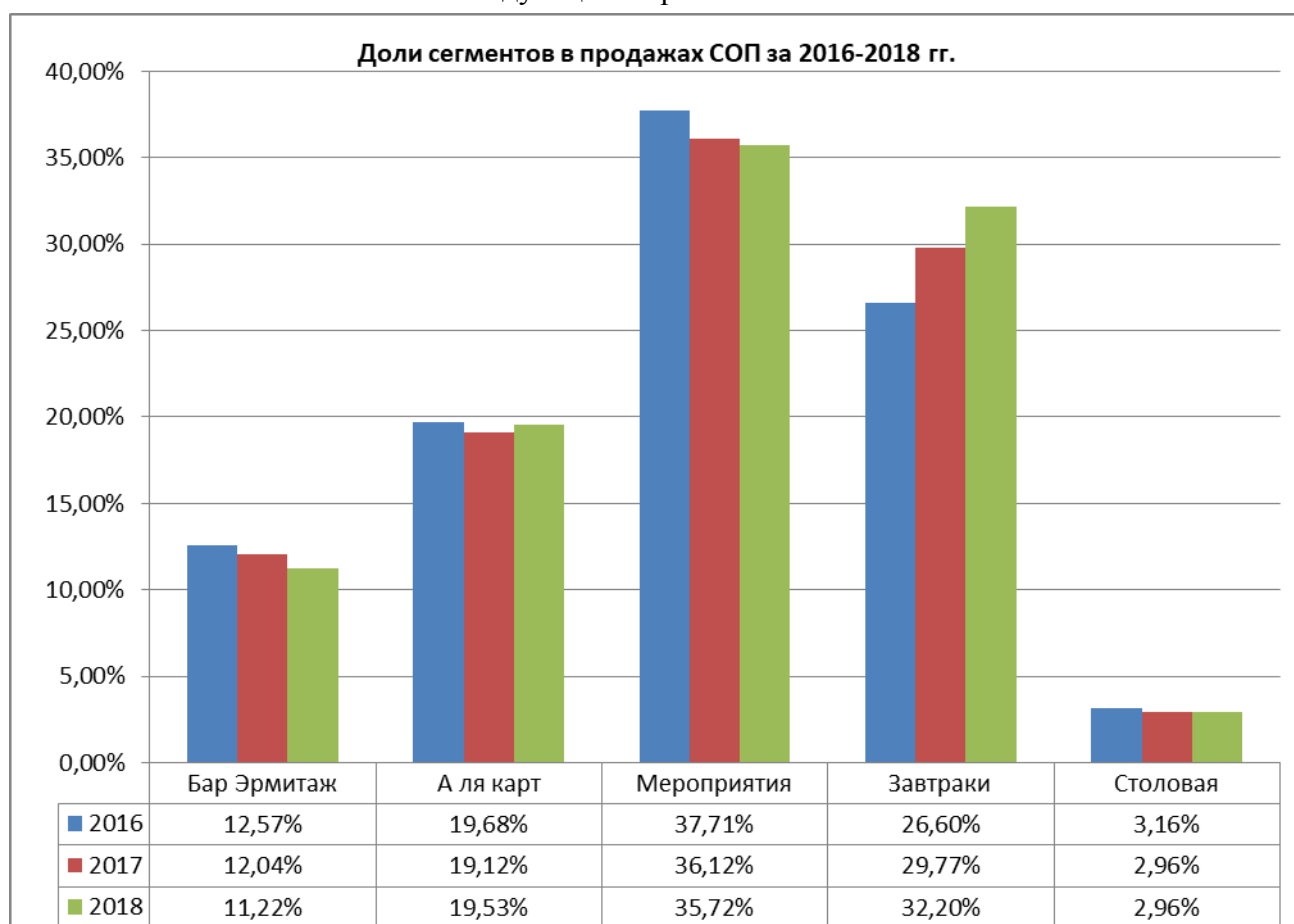
Табл. 8. Помесячные показатели выручки направления а ля карт в 2017-2018гг, тыс. руб., без НДС

| Месяц отчетного периода | А ля карт, вкл. Room service | | Динамика изменения доходов отн. 2017 г. |
|-------------------------|------------------------------|-----------|---|
| | 2018 г. | 2017 г. | |
| Январь | 2 052 466 | 1 486 000 | 38,12 |
| Февраль | 1 491 831 | 1 742 000 | -14,36 |
| Март | 1 812 388 | 1 234 000 | 46,87 |
| Апрель | 1 797 355 | 1 462 000 | 22,94 |
| Май | 1 092 263 | 1 298 000 | -15,85 |

| | | | |
|-----------------------|------------|------------|--------|
| Июнь | 1 639 435 | 1 392 000 | 17,78 |
| июль | 1 486 344 | 1 120 000 | 32,71 |
| август | 988 868 | 1 045 000 | -5,37 |
| сентябрь | 1 434 452 | 1 213 000 | 18,26 |
| октябрь | 1 569 493 | 1 751 000 | -10,37 |
| ноябрь | 1 478 835 | 1 425 000 | 3,78 |
| декабрь | 1 676 011 | 1 749 000 | -4,17 |
| Общая сумма за период | 18 519 739 | 16 917 000 | 9,47 |

Динамика этого направления в течение года показала ожидаемый прирост почти в 10% , так как все мероприятия были направлены именно на данный результат

Таким образом, по итогам года распределение доходов по сегментам продаж в ретроспективе 2016-2018 г. сложилось следующим образом:



Обращает на себя внимание рост доли доходов от завтраков, что связано в первую очередь с увеличением на 22% стоимости завтрака, как в тарифе номера, так и для продаж через торговый зал.

III. Отчет Совета Директоров ОАО «Инфа-Отель» о результатах развития Общества по приоритетным направлениям деятельности

В 2018 году основными направлениями деятельности ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» остаются гостиничные услуги (70,3 % от валового дохода) и реализация через сеть общественного питания (22,6 % от валового дохода). Дополнительными источниками дохода являются: направления сдачи в аренду нежилого фонда (2,05%), оказание бытовых услуг (прачечная/химчистка) – 0,69% от валового дохода).

Основные коды ОКВЭД согласно общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) : 55.10, 56.10.1, 56.30, 93.01, 93.02, 93.04, 70.2,71.33.1.

III.1. Сравнение показателей дохода от продажи номерного фонда Отеля «Савой» за 2014-2018 гг.

В тыс. руб., включая НДС.

| Год сравнения | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|------------|
| Январь | 12 015 | 14 644 | 16 008 | 14 897 | 13 137 |
| Февраль | 16 206 | 17 669 | 18 261 | 16 886 | 16 084 |
| Март | 17 939 | 18 433 | 21 390 | 18 400 | 19 735 |
| Апрель | 16 111 | 18 891 | 20 112 | 20 096 | 21 266 |
| Май | 15 721 | 17 505 | 23 774 | 18 384 | 22 760 |
| Июнь | 18 885 | 19 666 | 23 291 | 21 906 | 66 198 |
| Июль | 15 452 | 16 656 | 21 906 | 19 612 | 50 636 |
| Август | 14 307 | 15 717 | 18 820 | 19 337 | 22 631 |
| Сентябрь | 18 984 | 23 818 | 26 822 | 22 169 | 25 766 |
| Октябрь | 18 916 | 23 121 | 24 471 | 25 234 | 24 052 |
| Ноябрь | 17 149 | 20 183 | 20 272 | 20 087 | 19 750 |
| Декабрь | 17 231 | 20 875 | 22 090 | 19 856 | 19 456 |
| ВСЕГО: | 198 916 | 227 178 | 257 217 | 236 64 | 321 |

III.2. Сравнение основных показателей продаж номерного фонда Отеля «Савой» за 2014-2018 гг.

| Месяц | Процент загрузки | | | | | Средняя цена в рублях, вкл. завтрак и НДС | | | | |
|----------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2017г. | 2018г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2017г. | 2018г. |
| Январь | 62,78 | 92,01 | 75,35 | 55,37 | 46,03 | 10988 | 8777 | 11643 | 14503 | 15579 |
| Февраль | 82,36 | 87,74 | 80,91 | 71,54 | 63,65 | 12134 | 11909 | 13022 | 14120 | 15251 |
| Март | 82,96 | 88,40 | 82,96 | 70,97 | 71,79 | 12101 | 11160 | 13731 | 13990 | 15078 |
| Апрель | 83,38 | 89,30 | 76,52 | 76,22 | 81,34 | 11336 | 11638 | 14465 | 14946 | 14921 |
| Май | 80,16 | 90,42 | 81,80 | 66,15 | 81,95 | 11082 | 10560 | 15359 | 15074 | 15279 |
| Июнь | 80,85 | 92,19 | 81,74 | 79,35 | 94,38 | 13189 | 11734 | 15497 | 15358 | 37057 |
| Июль | 87,39 | 92,54 | 0,79 | 77,52 | 84,50 | 9933 | 9899 | 15358 | 14096 | 30712 |
| Август | 87,87 | 93,45 | 73,42 | 79,06 | 85,80 | 9192 | 9432 | 13933 | 13540 | 14256 |
| Сентябрь | 89,30 | 92,74 | 81,94 | 76,97 | 88,41 | 11851 | 14046 | 17577 | 16080 | 16186 |
| Октябрь | 91,53 | 89,46 | 79,44 | 85,36 | 78,5 | 11098 | 13782 | 16140 | 16034 | 16264 |
| Ноябрь | 92,39 | 85,62 | 75,37 | 77,86 | 70,0 | 10444 | 12863 | 14653 | 14619 | 15599 |
| Декабрь | 92,44 | 87,43 | 76,79 | 74,34 | 70,1 | 10246 | 12761 | 15175 | 14563 | 15123 |
| Среднее знач. | 84,44 | 90,13 | 78,57 | 74,21 | 76,41 | 11091 | 11513 | 14734 | 14765 | 18442 |

IV. Информация об объеме каждого из энергоресурсов, использованных в отчетном году.

| Вид энергетического ресурса | Объем потребления в натуральном выражении | Единица измерения | Объем потребления, тыс. руб. |
|-----------------------------|---|-------------------|------------------------------|
| Тепловая энергия | 2 440,000 | Гкал | 4 366,011 |
| Электрическая энергия | 1 797,950 | Тыс. Квт/час | 12 374,159 |

Иные виды энергетических ресурсов, помимо указанных в таблице, в отчетном году не использовались.

V. Перспективы развития отрасли и ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" на 2019 год.

V.1. Общая часть

По мнению аналитиков, которые работают в крупных агентствах и институтах России, в 2019 году граждан ожидает стабильность, устойчивость и надежность экономической системы. Но внушительного увеличения ВВП не ожидается. Экспертами были озвучены риски, вследствие которых в следующем году может наступить очередная волна кризиса:

- высокая инфляция;
- на сырьевых рынках значительно упадут цены, особенно на нефть;
- структура отраслей не изменится;
- ухудшится ситуация, связанная с внешней политикой.

Все бюджетные параметры рассчитываются на базе аналитических сведений, которые предоставило Министерство экономического развития. Трехлетний прогноз учитывает реалии современности, вероятные санкции со стороны США. В 2019 году РФ ожидает следующее:

- Уменьшение государственного бюджета минимум на 5%.
- Уменьшение количества добычи нефти.
- Увеличатся поставки в другие страны энергетических ресурсов.
- За перевозку пассажиров, грузов возрастут тарифы.

Докризисный уровень возможен в РФ в 2019 году только в той ситуации, если сохранится стоимость нефти на отметке 70\$ за баррель. В противном случае Правительству придется пересмотреть тарифы на поставку газа, что приведет к увеличению расходов промышленных предприятий на 2%, а обычных граждан на 3%. Увеличится энергетический тариф для населения и предприятий промышленного назначения до 6%. Экономический рост в стране прогнозируется в пределах 2-3%.

Рост ВВП РФ в третьем-четвёртом кварталах 2018 года не превысил отметку в 1,7%. В первом квартале 2019-го показатель может замедлиться до 1% или ниже, предположил глава Минэкономразвития (МЭР) Максим Орешкин. Эту тенденцию министр обусловил возросшими неопределённостью и волатильностью на финансовом рынке, которые частично связаны с «санкционными историями». Прогнозы по российской экономике понизили во втором полугодии и практически все влиятельные международные институты — от рейтингового агентства Fitch до Всемирного банка. В то же время, по оценкам консалтинговой компании McKinsey, ЧМ-2018 по футболу принёс России определённую прибавку к ВВП. По данным McKinsey, на подготовку к ЧМ потрачено 1,2 трлн. рублей, инвестированных в сооружение транспортной, спортивной инфраструктуры, в благоустройство. А начиная с 2018 года ВВП будет пополняться вкладом от туризма — до 70 млрд. рублей ежегодно, за счёт увеличения как внутреннего (до 26%), так и зарубежного (до 18%) турпотока.

V.2. Основные тенденции развития гостиничной недвижимости:

Индустрия гостеприимства является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Наряду с туристской индустрией гостиничный бизнес оказывает значительное влияние на такие ключевые секторы экономической деятельности, как торговля, транспортные услуги, услуги предприятий питания и т.п. Более того, он выступает драйвером социально-экономического развития государства.

Структура бизнеса остается достаточно разнообразной. По примеру зарубежных стран российский потребитель подходит к выбору номерного фонда достаточно практично - под имеющийся бюджет.

Туристический всплеск 2-3 кварталов 2018 г. в результате эффекта ЧМ FIFA-2018 по футболу не продолжился до конца года. В 4 квартале 2018 года спрос на гостиничном рынке Москвы поддерживался благодаря деловому туризму. В целом, в 2018 году ЧМ FIFA увеличил туристический поток на 9% до 23,5 млн.чел.

В 4 квартале 2018 г. 2 новых отеля под международными брендами стали принимать первых гостей. В структуре предложения по номерному фонду большую часть занимают отели категории 4* (43%). На конец 4 квартала 2018 г. в Москве действует 450 гостиниц категории 3-5* на 50,4 тыс.

номеров. За квартал номерной фонд увеличился на 660 номеров в 3 отелях, 92% под международными брендами:

- Raddison Blu Olympiyskiy Hotel (Raddison Hotel Group, 5*, 381 номер)
- Pentahotels Moscow-Arbat (Rosewood Hotel Group, 4*, 228 номеров)
- «Сити отель 1905» (4*, 52 номера)

Основная доля предложения номерного фонда относится к категории 4* - 43%, доля номеров 3* составляет 42%, 5* - 15%.

На московском гостиничном рынке расширяется присутствие международных операторов - 62 отеля на 15,7 тыс. номеров, +4,4% к 3 кварталу 2018 года, 30% предложения.

После ажиотажного спроса середины года, 4 квартал 2018 г. туристический спрос стабилизировался. По итогам 4 квартала 2018 г. средний уровень загрузки гостиниц 3-5* Москвы увеличился на 11 пп. по сравнению с аналогичным периодом 2017 г. за счет деловых туристов.

Цены на размещение в гостиницах Москвы в 3 квартале показали рост относительно 4 квартала 2017 года и составили:

- 5* - 14 850 руб. / номер / сутки (увеличение на 1% к 4 кварталу 2017 г.)

По итогам 2018 года гостиничный рынок Москвы добился отличных результатов с рекордным уровнем загрузки 76% (+14 пп. к 2017), турпоходом 23,5 млн. чел. (+9% к 2017) и повышением тарифов на 24%.

В 2019-2020 гг. тенденции роста международного бронированного предложения 4-5* продолжаться - заявлено более 2 тыс. номеров.

В процессе строительства находятся отели, планируемые к управлению под брендами международных операторов, которые ранее не присутствовали на рынке города - Toyoko Inn, Mandarin Oriental, 7 days Premium.

Благодаря ЧМ FIFA-2018 по футболу год стал рекордным для Москвы по показателям гостиничного рынка. Город посетило 23,5 млн. туристов, в том числе 6,5 - 7 тыс. иностранных туристов (+30-40% к 2017 г.). В 2018 г. продолжилась тенденция восстановления российского делового турпоток после кризиса 2014 г. Также существенное влияние на заполняемость отелей оказывает рост пассажиропотока из Китая (+19% в 2018 г.). После спокойных 2016-2017 гг. когда среднегодовой показатель загрузки составлял около 62-64%, в 2018 г. высокий спрос в 2018 г. привел к годовому росту загрузки отелей 3-5* до 76% (+12-14 пп.), среднего тарифа - на 24%.

В целом в 2019 г. перспективы гостиничного рынка Москвы позитивны, однако, ожидается как более умеренная динамика турпоток, так и показателя заполняемости гостиниц. На этом фоне, учитывая рост предложения, в среднесрочной перспективе существенного роста цен не прогнозируется.

V.3. Риски, которые могут существенно повлиять на снижение загрузки и/или средней цены в 2019 г.

- Сокращение туристического потока в связи с событиями на Украине и в Сирии и обострением политической ситуации, вводом экономических санкций против России.
- Нарастающая гонка вооружений, провозглашение начала холодной войны, падение имиджа России в связи с развязанной против неё беспрецедентной информационной кампании не могут не сказаться на снижении привлекательности России среди потенциальных туристов из-за рубежа.
- Колебания курса Евро и доллара США. Укрепление рубля может привести к росту цен на размещение в твердых валютах, что негативно сказывается на въездном туристическом потоке.
- Снижение покупательной способности населения, что оказывает негативное влияние на турпоток в сегменте внутреннего туризма.
- В связи с открытием новых отелей предложение уже начинает превышать спрос, поэтому отели борются за одного и того же клиента.

V.4. Основные направления развития продаж в 2019 году.

До последнего времени внутрироссийский туризм становился все более востребованным среди жителей нашей страны и иностранных путешественников. Этому способствует довольно

высокий курс ведущих мировых валют, который привел к ощутимому снижению уровня зарубежных поездок россиян, но в то же время повысил интерес к России у обладателей долларов и евро из других стран.

Кроме того, Россия стала приоритетным туристическим направлением для жителей Китая, Японии и других азиатских государств. Например, в минувшем году в высокий сезон ощущалась нехватка гостиниц и отелей в наиболее крупных городах Российской Федерации, обеспечив рекордный уровень выручки владельцам данного сегмента бизнеса.

Всплеск развития бизнеса, связанный с проведением чемпионата, приостановится сразу после его проведения, а в последующий период возможно сворачивание деятельности и деловой активности. Согласно прогнозам, падение достигнет показателя в 20 процентов.

В общем и целом прогнозы специалистов на 2019 год таковы:

- увеличение доли внутреннего российского туризма;
- устойчивый и все возрастающий поток туристов из азиатских стран, который повлечет за собой увеличение спроса на услуги хостелов и недорогих гостиниц;
- поддержка внутреннего туризма на правительственном уровне;
- стабильный курс рубля по отношению к ведущим мировым валютам обеспечит устойчивый спрос на услуги постояя по всей стране, что привлечет как отечественные, так и зарубежные инвестиции.

Эксперты гостиничного рынка Москвы, считают его уже адаптировавшимся к сегодняшнему кризису. Большинство отельеров пересмотрели ценовую политику, разработали программы бонусов и лояльности, активнее стали продвигать свои предложения в борьбе за клиентов.

Данный прогноз является оптимистичным, учитывая все ранее перечисленные негативные факторы, как то нестабильная политическая ситуация, кризисные явления в экономике, падение реальных доходов населения и т.д.

Корпоративный сегмент.

Развитие корпоративного сегмента продолжает рассматриваться как одного из стратегических сегментов рынка, т.к. это сегмент высокой ценовой категории. Однако, тенденции экономической и политической ситуации в мире по отношению к России отрицательно повлияли на общий инвестиционный климат, многие компании сократили или полностью закрыли проекты в России, что сказалось на сокращении объема от корпоративного сегмента. Если инвестиционный климат в России будет налаживаться, то произойдет постепенное увеличение корпоративных клиентов. Хотя сейчас несколько стираются определения корпоративного, туристического сегмента и сегмента Интернет-бронирования, т.к. корпоранты, туристы выбирают разные каналы бронирования.

В 2019 г. планируется получить доход от корпоративного сегмента в размере 15 488 тыс. руб. по средней цене 10,4 тыс. руб. Планируется увеличить количество ночей на 1%, среднюю цену снизить на 20%, таким образом сократив доход сегмента на 10,2%. При заключении договоров корпоративным компаниям были сохранены цены 2018 г. Подобное консервативное отношение к данному направлению имеет ряд объективных причин. Корпоративный сегмент на сегодня по целому обстоятельству диверсифицируется, корпоратов можно обнаружить даже среди индивидуальных бронирований на Booking.com. Общая неопределенность в российском бизнесе заставляет крупные компании осторожнее относиться к формированию тревел-политики, многие стали отказываться от заключения годовых контрактов, меняются предпочтительные дни проживания.

Туристический сегмент.

Туристический сегмент для отеля представляет интерес только в периоды традиционно низкой загрузки, это выходные дни с пятницы по воскресенье и праздничные дни, а также июль и август, когда бизнес активности значительно снижается. Российский рынок останется привлекательным для зарубежных туристов.

Групповые бронирования будут рассматриваться только в периоды низкой загрузки и по ценам интересным отелю и согласно Тарифной политике. Основной акцент будет сделан на FIT (индивидуальном сегменте).

В 2019г. планируется получить доход от туристического сегмента в размере 13 966 тыс. руб. по средней цене 9,1 тыс. руб. Планируется снизить количество ночей на 1,65%, среднюю цену оставить на уровне прошлого года (-0,79%), таким образом сократить доход по сегменту на 2,43%.

Индивидуальный сегмент

В 2019 г. планируется получить доход в размере 183 355 тыс. руб. при средней цене 11,56 тыс. руб. Планируется увеличить количество ночей на 1%, среднюю цену снизить на 20%, доход на 23%.

1. Индивидуальный сегмент (бронирования от стойки)

В 2019 г. планируется получить доход в размере 42 544 тыс. руб. при средней цене 13,69 тыс. руб. Прогнозируется сокращение количества ночей на 6,1%, увеличив среднюю цену на 6%, тем самым получив сокращение дохода по сегменту на 5,47%.

2. Индивидуальный сегмент (электронные каналы продаж: OTA, WEB, GDS).

В 2019г. планируется получить доход от электронных каналов продаж (OTA) в размере 140 811 тыс. руб. при средней цене 12,88 тыс. руб. Планируется снижение количества ночей на 7,7%, при росте средней цены на 17%, тем самым спрогнозировав падение доходов по сегменту на 6,7%.



V.I. Отчет о выплате объявленных (начисленных дивидендов по акциям ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

На существующем этапе развития основной деятельности дивидендная политика общества предусматривает, что вся прибыль остается в распоряжении общества в качестве нераспределенной прибыли прошлых лет/направляется на погашение убытков прошлых лет, однако в среднесрочной перспективе не исключено, что акционеры пересмотрят дивидендную политику.

По результатам предыдущего финансового года (2017) дивиденды акционерам не выплачивались.

Рекомендации по распределению прибыли (в том числе по выплате (объявлению) дивидендов) и убытков Общества по результатам 2018 финансового года

Отчет по прибыли и убыткам:

- Чистая прибыль за 2018 год составила 68 561 тыс. руб. (Шестьдесят восемь миллионов пятьсот шестьдесят одна) тыс. рублей.

- нераспределенная прибыль Общества по состоянию на 31 декабря 2018 года составила: 101 655 (Сто один миллион шестьсот пятьдесят пять) тыс. рублей;

V.П. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

Одними из основных факторов риска, которые могут повлиять на деятельность общества, являются:

- Усугубление экономического кризиса, падение спроса, обострение конкуренции и демпинг цен отелей конкурентов;
- Ухудшение внешнеполитической обстановки;
- Отсутствие серьезной инвестиционной программы, направленной на реновацию Отеля и развитие его инфраструктуры;
- Длительная интенсивная эксплуатация номерного фонда без перерывов на реконструкцию/капитальный ремонт, моральный и физический износ оборудования, мебели и инвентаря;
- Низкобюджетный маркетинг, экономия на коммерческом бюджете, в том числе на программах продвижения и внедрения цифровых технологий.
- Активное открытие в течение последних лет и в ближайшем будущем новых современных отелей в непосредственной близости от «Савоя» с просторными номерами и самым современным техническим оснащением.
- Приход мощных международных сетей на рынок столичных гостиничных услуг, диктующих свои правила игры и устанавливающих демпинговые цены на период раскрутки отеля.
- Осознавая наличие вышеперечисленных рисков, общество предпринимает все зависящие от него усилия для минимизации потенциального влияния рисков и для снижения вероятности их реализации.

Осознавая наличие вышеперечисленных рисков, общество предпринимает все зависящие от него усилия для минимизации потенциального влияния рисков и для снижения вероятности их реализации.

V.П. Перечень совершенных ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" крупными сделками, а также иных сделок, на совершение которых в соответствии с уставом ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" распространяется порядок одобрения крупных сделок, с указанием по каждой сделке ее существенных условий и органа управления акционерного общества, принявшего решение о ее одобрении

ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» в течение отчетного 2018 года крупных сделок не совершало.

IX. Перечень совершенных ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" сделками, в совершении которых имелась заинтересованность, с указанием по каждой сделке заинтересованного лица (лиц), существенных условий и органа управления акционерного общества, принявшего решение о ее одобрении.

ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» в течение отчетного 2018 года сделок, в совершении которых имеется заинтересованность, не совершало.

X. Состав совета директоров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

15.06.2018 г. на годовом Общем собрании акционеров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" было принято решение об избрании Совета директоров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" в следующем составе:

| ФИО | Год рождения | Образование | Доля участия в уставном капитале Общества | Доля принадлежащих обыкновенных акций Общества | Основное место работы |
|-----------------------|---------------------|--------------------|--|---|---|
| Гущин Юрий Николаевич | 1944 | Высшее | 0 | 0 | Вице-президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |

| | | | | | |
|--------------------------------|------|--------|---|---|---|
| Петров Алексей Юрьевич | 1971 | Высшее | 0 | 0 | Вице-президент, Директор департамента ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Славов Валерий Анатольевич | 1973 | Высшее | 0 | 0 | Заместитель руководителя финансово-экономического блока ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Харин Алексей Анатольевич | 1961 | Высшее | 0 | 0 | Президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Петров Александр Юрьевич | 1964 | Высшее | 0 | 0 | Первый Вице-Президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Михалицын Вадим Геннадьевич | 1978 | Высшее | 0 | 0 | Генерального директора ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» |

Указанный состав членов Совета директоров действует с 15.06.2018 г. по настоящее время.

В период с 01.01.2018 г. по 15.06.2018 г. Совет директоров осуществлял свои полномочия в другом составе, избранном на годовом общем собрании акционеров 15.06.2017 г.

| ФИО | Год рождения | Образование | Доля участия в уставном капитале Общества | Доля принадлежащих обыкновенных акций Общества | Основное место работы |
|---------------------------------|--------------|-------------|---|--|---|
| Гущин Юрий Николаевич | 1944 | Высшее | 0 | 0 | Вице-президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Петров Алексей Юрьевич | 1971 | Высшее | 0 | 0 | Вице-президент, Директор департамента ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Славов Валерий Анатольевич | 1973 | Высшее | 0 | 0 | Заместитель исполнительного директора по финансам ООО «Холдинговая компания ГУТА» |
| Харин Алексей Анатольевич | 1961 | Высшее | 0 | 0 | Президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Кузнецов Артем Владиславович | 1967 | Высшее | 0 | 0 | Первый Вице-Президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА» |
| Тарасов Виктор Валентинович | 1975 | Высшее | 0 | 0 | Начальник юридического департамента ОАО «Гостиничная компания» |

В течение отчетного года члены Совета директоров не совершали сделки по приобретению или отчуждению акций Общества.

XI. Сведения о Генеральном директоре ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

В соответствии с Уставом ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ», полномочия единоличного исполнительного органа осуществляет Генеральный директор, который назначается на должность решением Совета директоров Общества.

Образование в Обществе коллегиального исполнительного органа Уставом ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» не предусмотрено.

С 10.06.2016г. решением Совета директоров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" на должность Генерального директора ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» был назначен Михалицын Вадим Геннадьевич.

Михалицын Вадим Геннадьевич родился в 1978 г.

Образование - высшее

Ранее занимаемая должность в Обществе – 1-й заместитель Генерального директора ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ».

Основное место работы:- Генеральный директор ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» .

Доля участия в уставном капитале Общества- 0%.

Доля принадлежащих обыкновенных акций Общества - 0%.

Генеральный директор Общества не владеет долей в уставном капитале и обыкновенными акциями акционерного Общества. В течение отчетного года Генеральный директор не совершал сделки по приобретению или отчуждению акций Общества.

ХII. Критерии определения и размер вознаграждения (компенсации расходов) Генерального директора, и каждого члена совета директоров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" или общий размер вознаграждения (компенсации расходов) всех этих лиц, выплаченного или выплачиваемого по результатам отчетного года

Документами Общества политика Общества в области вознаграждений и компенсаций расходов членам Совета директоров не определена.

В 2018 году членам Совета директоров Общества вознаграждения и компенсации расходов не выплачивались.

Документами Общества политика Общества в области вознаграждений и компенсаций расходов членам Ревизионной комиссии не определена.

В 2018 году членам Ревизионной комиссии Общества вознаграждения и компенсации расходов не выплачивались.

Единственными членами органов управления общества, которые в течение 2018 года получали вознаграждения за выполнение управленческих функций, являются:

- Генеральный директор ОАО «Инфа-Отель» (Михалицын В.Г.)
- заместитель финансового директора ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» (Славов В.А.)

Вознаграждение, как единоличного исполнительного органа (Генерального директора), так и заместителя финансового директора, определяется как фиксированная сумма (ежемесячный оклад) в соответствии с действующими трудовыми договорами

Информация в настоящем разделе годового отчета приведена с учетом требований соблюдения законодательства о персональных данных.

ХIII. Сведения о соблюдении ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" Кодекса корпоративного управления.

Обществом официально не утвержден Кодекс корпоративного управления или иной аналогичный документ, однако Общество обеспечивает акционерам все возможности по участию в управлении Обществом и ознакомлению с информацией о деятельности Общества в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах", Федеральным законом "О рынке ценных бумаг" и нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Основным принципом построения Обществом взаимоотношений с акционерами и инвесторами является разумный баланс интересов Общества как хозяйствующего субъекта и как акционерного общества, заинтересованного в защите прав и законных интересов своих акционеров.

Акционеры Общества обеспечены надежными и эффективными способами учета прав собственности на акции.

Акционеры имеют право участвовать в управлении Обществом путем принятия решений по наиболее важным вопросам деятельности Общества на общем собрании акционеров.

Акционеры имеют право на регулярное и своевременное получение полной и достоверной информации об Обществе.

Акционеры не злоупотребляют предоставленными им правами.

Сложившаяся практика в Обществе обеспечивает равное отношение ко всем акционерам. Все акционеры имеют возможность получать эффективную защиту в случае нарушения их прав.

Генеральный директор Общества действует в соответствии с Уставом, в строгом соответствии с действующим законодательством РФ, в том числе и в соответствии с Федеральным законом № 208-ФЗ «Об акционерных обществах».

В Обществе осуществляется контроль за использованием конфиденциальной информацией.

Информационная политика Общества обеспечивает возможность доступа акционеров к информации об Обществе.

Акционеры имеют возможность получать полную достоверную информацию, в том числе о финансовом положении Общества, результатах его деятельности, об управлении Обществом.

Органы управления Общества содействуют заинтересованности работников Общества в эффективной работе Общества.

XIV. Сведения об утверждении годового отчета общим собранием акционеров Общества, а также иная информация предусмотренная Уставом или внутренним документом Общества.

Годовой отчет Общества за 2018 год предварительно утвержден Советом директоров Общества (Протокол б/н от «16» мая 2019 г.), утвержден 20 июня 2019 г. Годовым общим собранием акционеров Общества (Протокол б/н от «25» июня 2019 г.).

Иная информация, подлежащая включению в годовой отчет о деятельности Общества, Уставом Общества и иными внутренними документами Общества не предусмотрена.