

Проект по дисциплине: « МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ »

«Сердце Орла»



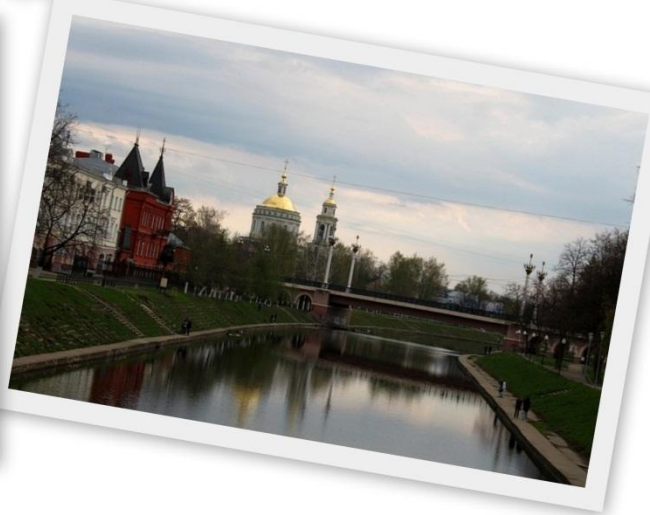
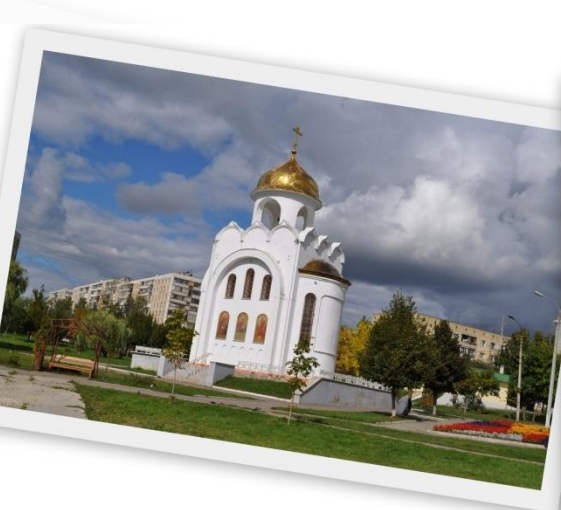
Выполнили:
студенты группы
ГОО-13
Коренева А.
Мусатова А.
Сидобин А.
Упатова А.

Преподаватель:
Сувеев Д.С.



Дата основания города: **1566г.**

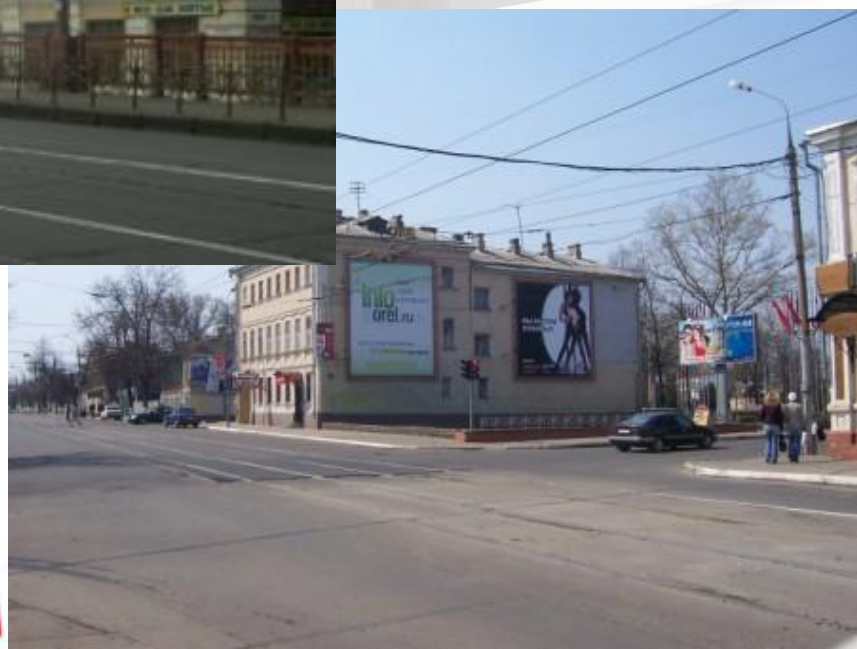
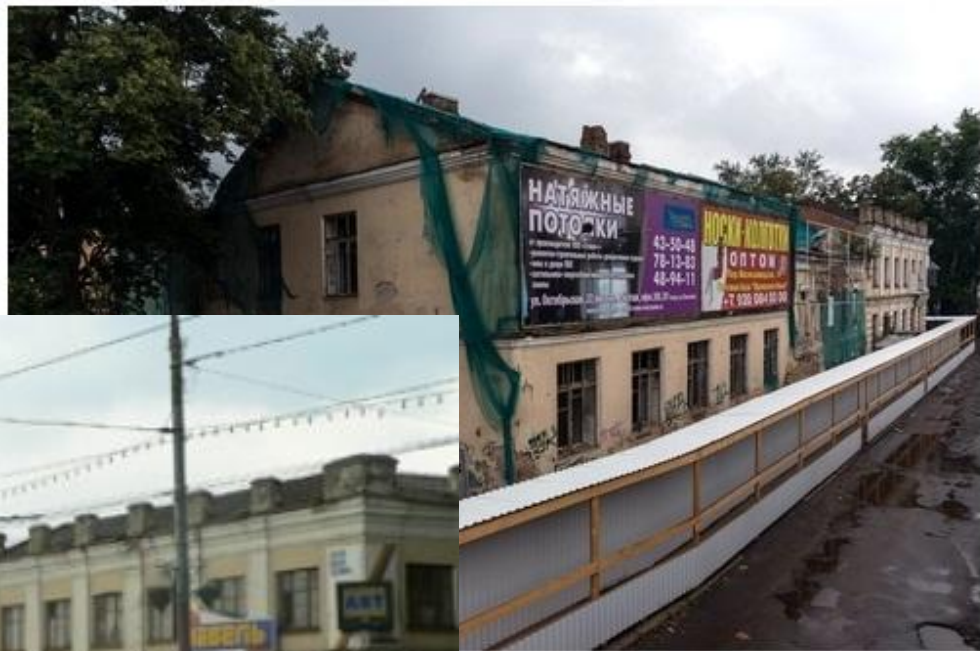
По указу царя **Ивана IV** для защиты рубежей от татар.



Орёл – город первого салюта!

Орёл – город воинской славы!

Орёл – город музеев!

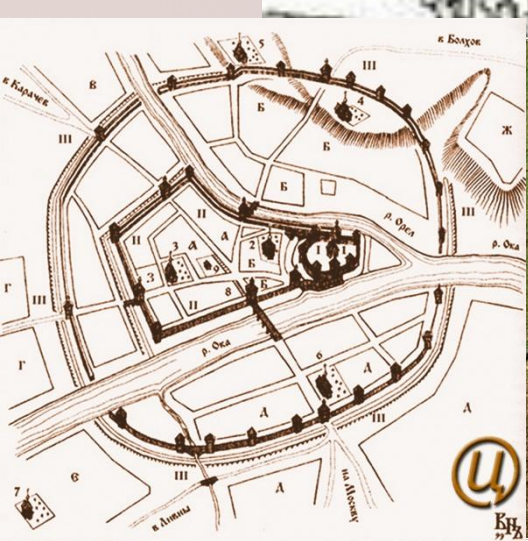


Город Орел
© Сергей Лаврентьев / Фотобанк Лори



lori.ru / 3.192.625

ОРЛОВСКАЯ КРЕПОСТЬ

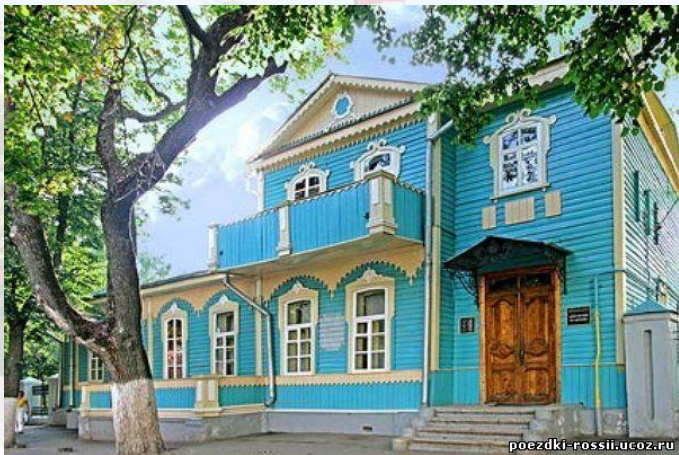


«СЕРДЦЕ ОРЛА»

*ТУТ ДОЛЖЕН БЫТЬ
ПРОЕКТ ОТЕЛЯ-КРЕПОСТИ,
НО ЕГО НЕТ*



Достопримечательности



Дом-музей Н.С. Лескова



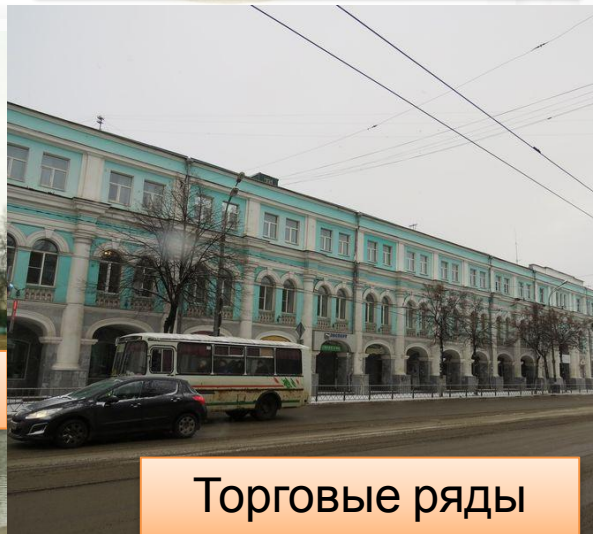
Стрелка Оки и Орлика



Памятник генералу
А.П. Ермолову



Собор Михаила Архангела



Торговые ряды



Стела "Орёл-город
воинской славы"



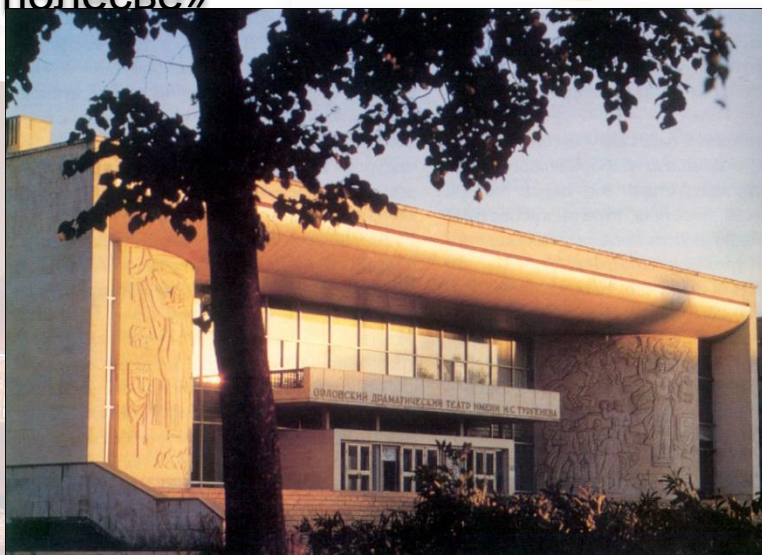
© 2009
WWW.OTZYV.RU

«Орловское
полесье»



<http://autotravel.ru/>

Гостиница «Орёл»



Театр им. Тургенева



Сквер танкистов

Выбор маркетинговой стратегии

Группы стратегий маркетинга территорий

маркетинг
имиджа

маркетинг
притягательности

маркетинг
инфраструктуры

маркетинг
населения,
персонала

обеспечение
общественного
признания
положительного
образа
территории

Обеспечение
интереса к
территории со
стороны туристов,
бизнесменов и
«потенциальных»
жителей территории

Развитие
инфраструктуры
жилых,
промышленных зон,
рыночной
инфраструктуры

Обеспечение баланса
между спросом и
предложением
рабочей силы и
соотношения
различных категорий
жителей


Основная информация о проекте

Общая стоимость проекта составляет 45 877 194 рубля
(2 156 432,83 * 12мес. + первоначальные инвестиции 20 000 000руб.).

Платежи за электроэнергию	635 283,00
Заработная плата	20 018 473,2
Расходы на рекламу и маркетинг	4 235 220,00
Административные расходы	564 696,00
Организационные расходы	423 522,00
Прочие расходы	635 283,00
ИТОГО:	25 877 194,00

т 14 865 977,6 рублей.

Таб.1 «Расходы»



Одноместный «стандарт»	2200
Двухместный «стандарт»	3500
Одноместный «полулюкс»	2600
Двухместный «полулюкс»	3100
Студия	5500
Люкс	6500

Таб. 2 Предполагаемая
стоимость
среднего чека, руб.

План маркетинга

- определение целей, основных принципов и критериев оценки самого процесса планирования;
- формирование структуры и резервов частных планов, характера их взаимной связи;
- определение характера исходных данных, необходимых для планирования;
- определение общей организации процесса и рамок планирования;

В ценообразовании используется метод установления цены на основе уровня текущих цен на рынке.

SWOT – анализ конкурентной позиции предприятия

		Конкурентная позиция фирмы	
		слабая	сильная
Темпы роста рынка	высокие	<p>I</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегия концентрации в базовой отрасли. 2. Покупка другой фирмы той же отрасли для усиления конкурентных преимуществ. 3. Вертикальная интеграция. 4. Диверсификация. 5. Закрытие фирмы, банкротство, если другие меры не помогли. 	<p>II</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Продолжение концентрации выбранной отрасли. 2. Международная экспансия. 3. Вертикальная интеграция. 4. Диверсификация в смежные отрасли.
	низкие	<p>III</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пересмотр стратегии концентрации в базовой отрасли. 2. Слияние с конкурирующей фирмой 3. Вертикальная интеграция 4. Диверсификация 5. Ликвидация. 	<p>IV</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Диверсификация концентрического и горизонтального роста. 2. Диверсификация в новую отрасль. 3. Совместные предприятия в новых отраслях. 4. Вертикальная интеграция. 5. Продолжение стратегии концентрации, рост за счёт отвоевания доли рынка у слабых конкурентов.

Таб. 3 SWOT – анализ.

PEST- анализ

Политические факторы	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none">- изменение законодательства в области налогообложения и лицензирования,- государственный контроль за деятельностью бизнеса	<ul style="list-style-type: none">- уровень инфляции,- покупательная способность,- колебания курса доллара и евро
Социокультурные факторы	Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none">- общественные ценности,- демографические факторы,- уровень индивидуального дохода	<ul style="list-style-type: none">- инновационная деятельность в целом- инновации в области гостиничного бизнеса- достижения в сфере гостиничного бизнеса

№	Простые риски	Эксперты			Средняя	Приоритет Pi	Вес Wi	Оценка Ii
		1	2	3				
Подготовительная стадия								11,92
1	Непредвиденные затраты	50,00	50,00	75,00	58,33	1	0,09	5,25
2	Недостатки проектных работ	25,00	50,00	25,00	33,33	3	0,01	0,33
3	Недобросовестность подрядчиков и партнеров	25,00	5,00	0,00	16,67	3	0,01	0,17
Функционирование								
Финансово-экономические								26,83
4	Неустойчивость спроса	50,00	75,00	50,00	58,33	1	0,09	5,25
5	Появление альтернативного продукта	50,00	75,00	50,00	58,33	3	0,01	0,58
6	Снижение цен конкурентами	75,00	100,00	75,00	83,33	1	0,09	7,5
7	Рост налогов	50,00	25,00	50,00	41,67	3	0,01	0,42
8	Неплатежеспособность потребителей	50,00	50,00	25,00	41,67	1	0,09	3,75
9	Рост цен на сырье, материалы, перевозки	75,00	50,00	75,00	66,67	1	0,09	6
10	Зависимость от поставщиков	25,00	50,00	25,00	33,33	3	0,01	0,33
11	Недостаток оборотных средств	25,00	50,00	25,00	33,33	1	0,09	3,00
Социальные								5,33
12	Трудности с набором квалифицированной рабочей силы	75,00	50,00	50,00	58,33	2	0,04	2,33
13	Угроза забастовки	25,00	0,00	0,00	8,33	2	0,04	0,33
14	Отношение местных властей	25,00	25,00	0,00	16,67	2	0,04	0,67
15	Недостаточный уровень заработной платы	0,00	25,00	25,00	16,67	2	0,04	0,67
16	Квалификация кадров	25,00	50,00	25,00	33,33	2	0,04	1,33
Суммарный риск проекта							0,94	44,02

ОЦЕНКА РИСКОВ

Вид риска	Уровень
Непредвиденные затраты	5,25
Неустойчивость спроса	5,25
Снижение цен конкурентами	7,5
Рост цен на материалы, сырье	6,00

Таб. 4 Наиболее значимые риски.

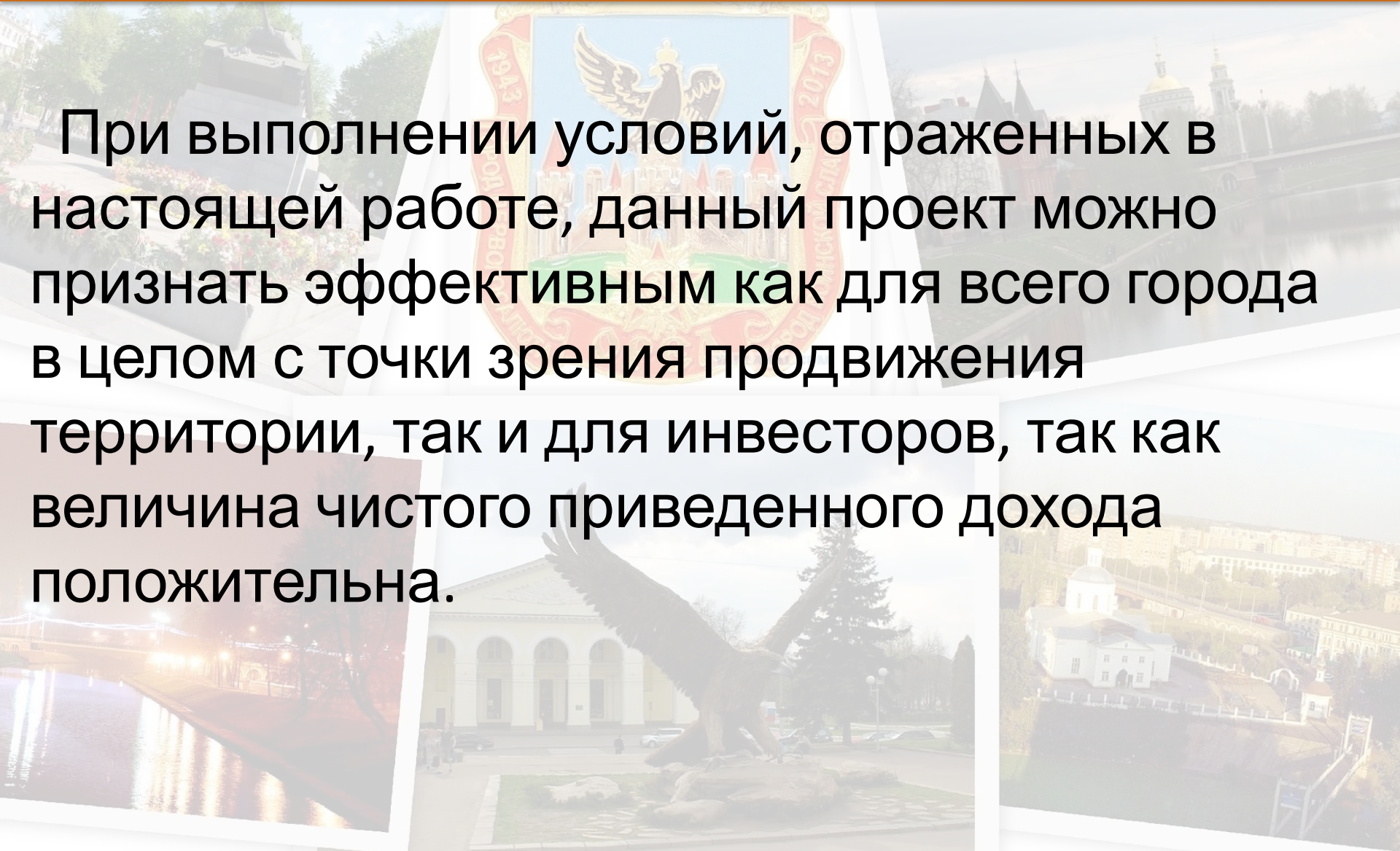
Мероприятия по снижению рисков:

- Страхование имущества и ответственности работников, заключение договоров с фиксированными суммами, детальная проработка подготовительной стадии проекта с целью снижения риска непредвиденных затрат;
- Заключение долгосрочных контрактов с поставщиками с четкими условиями и штрафными санкциями;
- Использование механизмов страхования валютных

РИСКОВ

Заключение:

При выполнении условий, отраженных в настоящей работе, данный проект можно признать эффективным как для всего города в целом с точки зрения продвижения территории, так и для инвесторов, так как величина чистого приведенного дохода положительна.



Библиографический список

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. - М.: Финансы и статистика, 1997. 1. Вайсман А. Стратегия маркетинга. : Пер. с нем. - М. : АО "Интерэксперт", Экономика, 2006г.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. - М. : Изд-во МГУ, 2004г.
3. Гнездилова Л.И. Основы маркетинга: Учебное пособие. - Новосибирск: Издательство НГТУ, 1994.
4. Голубков ЕЛ. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. - М.: Дело, 2005г.
5. Завьялов И.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг. - М.: Международные отношения, 1991.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. -М. : Прогресс, 2007г.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

