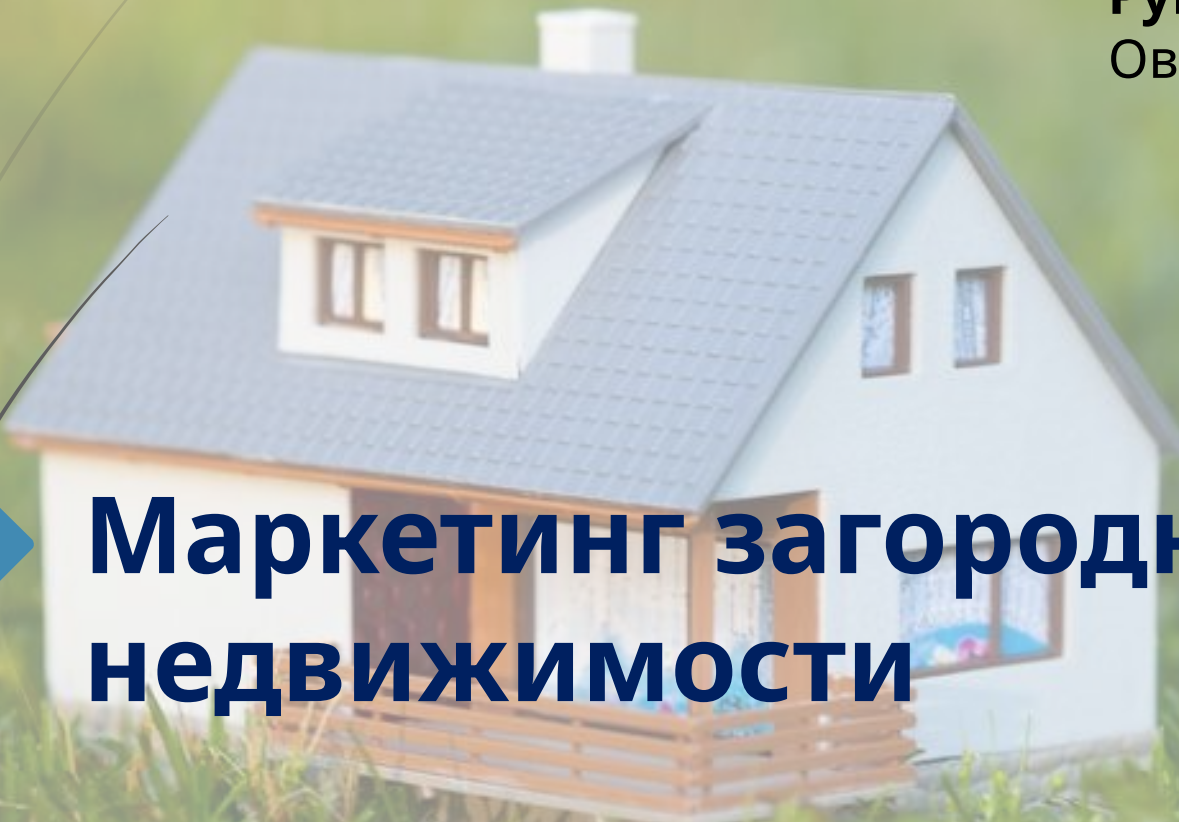


Выполнил:

Черкасов Евгений Сергеевич

Руководитель: д.э.н., профессор

Овсянников Анатолий Александрович



Маркетинг загородной недвижимости

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- **Цель:** разработка стратегии маркетинга загородной недвижимости.

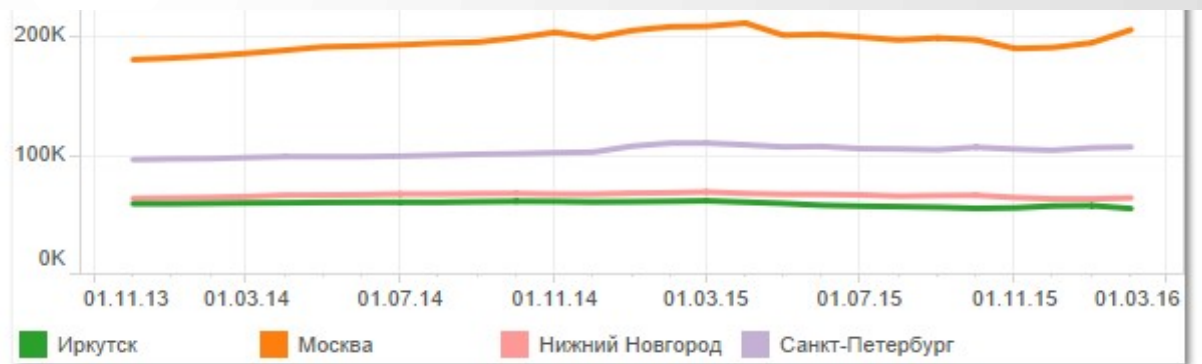
- **Задачи:**

- изучить теоретические основы маркетинга на рынке загородной недвижимости в РФ;
- определить понятие и содержание термина «маркетинговые коммуникации»;
- обозначить особенности функционирования рынка недвижимости;
- рассмотреть систему маркетинговых коммуникаций на рынке загородной недвижимости;
- изучить текущее состояние рынка загородной недвижимости;
- определить тенденции развития рынка загородной недвижимости России;
- провести анализ доступности загородной недвижимости в Иркутске и анализ конкурентной позиции компании «Royal Park» на рынке загородной недвижимости (SWOT, PEST анализ);
- рассмотреть возможность применения маркетинговых коммуникаций на рынке загородной недвижимости;
- разработать мероприятия по снижению расходов застройщиков на маркетинговые коммуникации;
- определить перспективные направления развития маркетинговых коммуникаций на рынке загородной недвижимости;
- рассмотреть вопросы социальной ответственности бизнеса при осуществлении маркетинга загородной недвижимости.

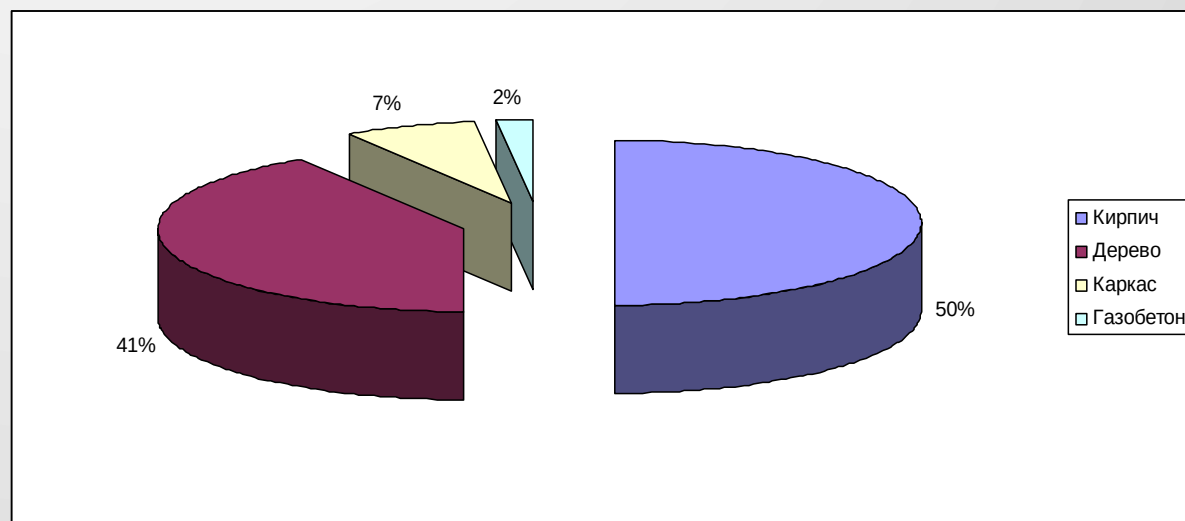
Текущее состояние рынка загородной недвижимости

Тенденции развития рынка загородной недвижимости России

Цена продажи за 1 м²



Структура предложения загородных поселков по конструктиву домов



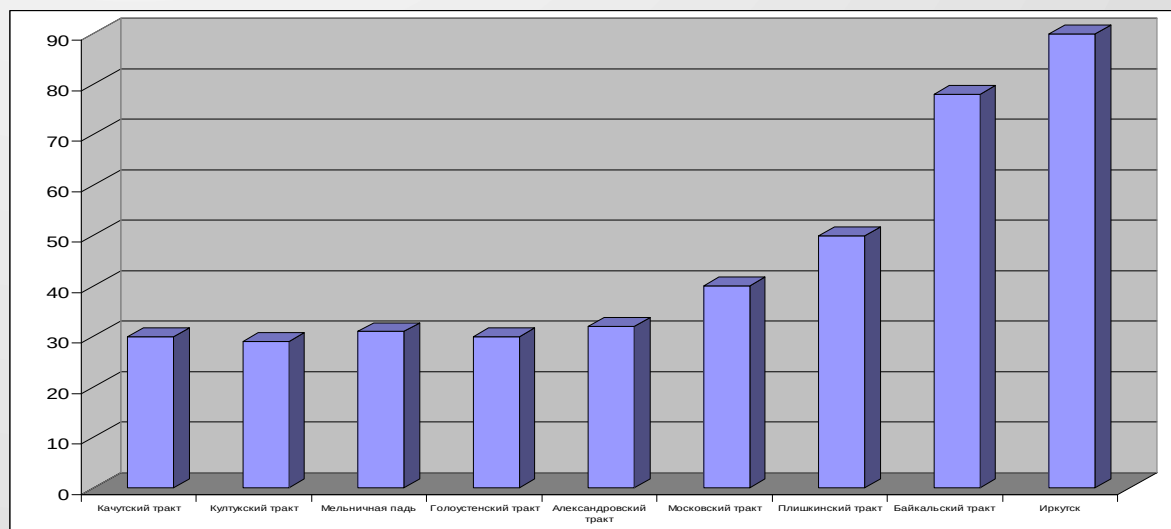
Текущее состояние рынка загородной недвижимости

Анализ доступности загородной недвижимости в Иркутске

Структура предложения, %

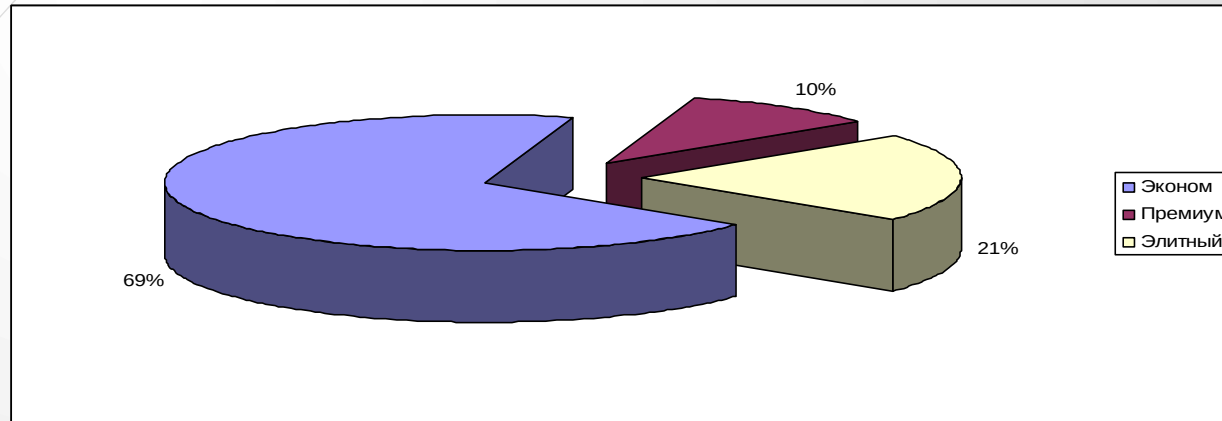
Период	I кв. 2015	II кв. 2015	III кв. 2015
Участки без подряда	38	37	61
Участки с подрядом	30	30	
Коттеджи	18	19	10
Таунхаусы	14	14	24

Средняя стоимость 100 кв. м земли в 2015 г. по Иркутскому району, тыс. руб.



Анализ доступности загородной недвижимости в Иркутске

Структура предложений загородных домов по классам, 2015 г., %

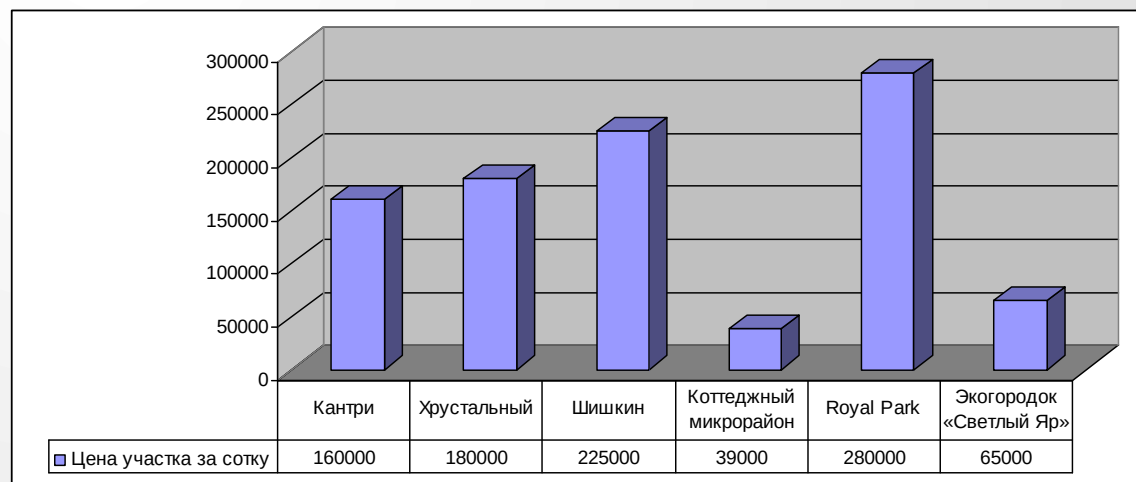


Анализ предложения на рынке загородной недвижимости г. Иркутск по расположению, классу и застройщику

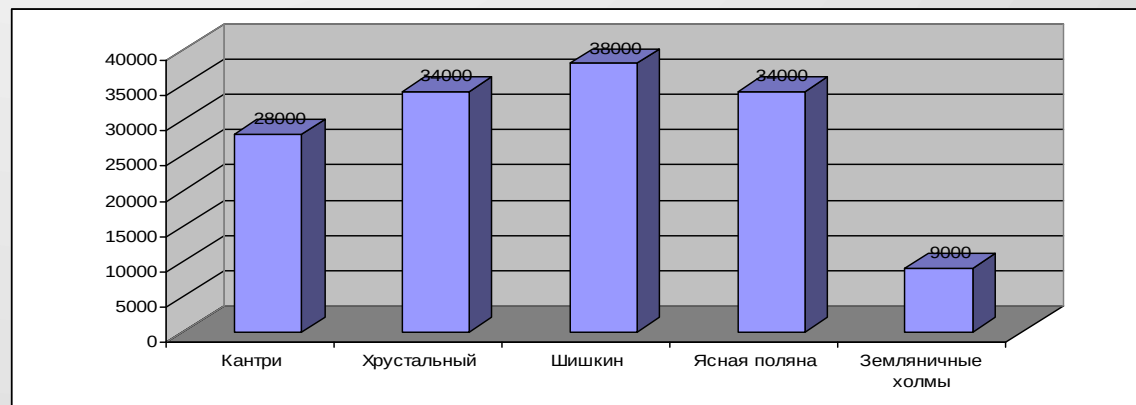
Наименование поселка	Расположение	Класс поселка	Застройщик
Идиллия Эстейт	20 км Байкальского тракта	Элитный	ООО «БайкалСтрой»
Кантри	13 км Качугского тракта	Эконом	ЗАО «Кантри»
Хрустальный	2 км тракта на Мельничную Падь	Премиум	ООО «Регион»
Шишкин	21 км Байкальского тракта, (50 метров от кемпинг-отеля «Елочка»)	Премиум	«META-GROUP»
Ясная поляна	9 км Байкальского тракта	Бизнес	ООО «ИСТ»
Коттеджный микрорайон п. Горный	15 км Качугского тракта, справа	Универсал / Эконом	ГК «Альпиндустрия»
Royal Park	20 км Байкальского тракта	Премиум	«Европлаза»
Светлый Яр	25 км Голоустенского тракта	Эконом	ДНТ «Светлый Яр»
Земляничные холмы	9 км Байкальского тракта, в 5-ти минутах от мкр.Солнечный	Бизнес-класс	ООО «БайкалИнжиниринг»

Анализ доступности загородной недвижимости в Иркутске

Стоимость одной сотки земли на рынке загородной недвижимости г. Иркутск, руб.



Стоимость 1 кв. м жилья, 2015 г., руб.



Анализ доступности загородной недвижимости в Иркутске

Анализ инженерного обеспечения, обустройства по анализируемым проектам

	Инженерное обеспечение	Степень готовности, обустройства	Ландшафт
Еловое	индивидуальное отопление. Электроснабжение – от 15 Квт на дом.	Готовность поселка 100% Коттеджи по единому проекту «Бавария» площадью 260 м². В свободной продаже 6 коттеджей.	В 100 м от берега залива
Кантри	Водоснабжение – центральная скважина, с насосным оборудованием, накопительной емкостью, канализация – центральная. Отопление автономное. Электроснабжение – от 25 Квт на дом.	Ведется строительство, готовность поселка 80%	Равнинная местность, в районе реки Куда
Хрустальный	Городское водоснабжение, индивидуальное отопление. Электроснабжение – от 15 КВт на дом.	Завершение комплексного освоения в 2015 году	Поселок построен в едином архитектурном стиле. Находится в лесопарковой зоне.
Шишкин	Водоснабжение – центральная скважина, с насосным оборудованием, накопительной емкостью, канализация – центральная. Отопление автономное. Электроснабжение – от 25 Квт на дом.	Срок сдачи поселка 2-ой квартал 2015 г.	Береговая линия залива
Ясная поляна	Электроснабжение – 15 КВт на дом, отопление автономное. Интернет, кабельное оптоволоконное подключение.	Инженерные сети готовы, дороги заасфальтированы, система освещения поселка смонтирована Срок сдачи поселка 3 кв. 2015г. Готовность поселка 85%.	Рядом живописный залив, березовая роща, яхт-клуб.
Коттеджный микрорайон п. Горный	Электроснабжение – от 15 Квт на дом.	Сдача коммунальных сетей поселка проводится поэтапно 2014-2015-2016 гг.	Благоприятная экология и красивый ландшафт. Участки ровные сухие, вокруг смешанный лес.
Royal Park	Электричество 15 КВт на участок, канализация, централизованное водоснабжение	80% готовности поселка	Поселок граничит с лесным массивом Ангарского лесничества.
Экогородок «Светлый Яр»	Электричество 15 КВт. Водоснабжение центральное (насосная станция).	Сдача всего экогородка «Светлый Яр» – 2019 г.	Вокруг поселка – экологически чистая местность.
Земляничные холмы	Централизованные коммуникации, электроснабжение 30 КВт на дом	Таунхаусы 1-ой очереди сданы, вторая очередь – 4 квартал 2014 г., окончание строительства – 4 квартал 2015 г.	Коттеджный поселок расположился на берегу Иркутского водохранилища.

Анализ конкурентной позиции компании «Royal Park» на рынке загородной недвижимости

Генеральный план клубного поселка Royal Park

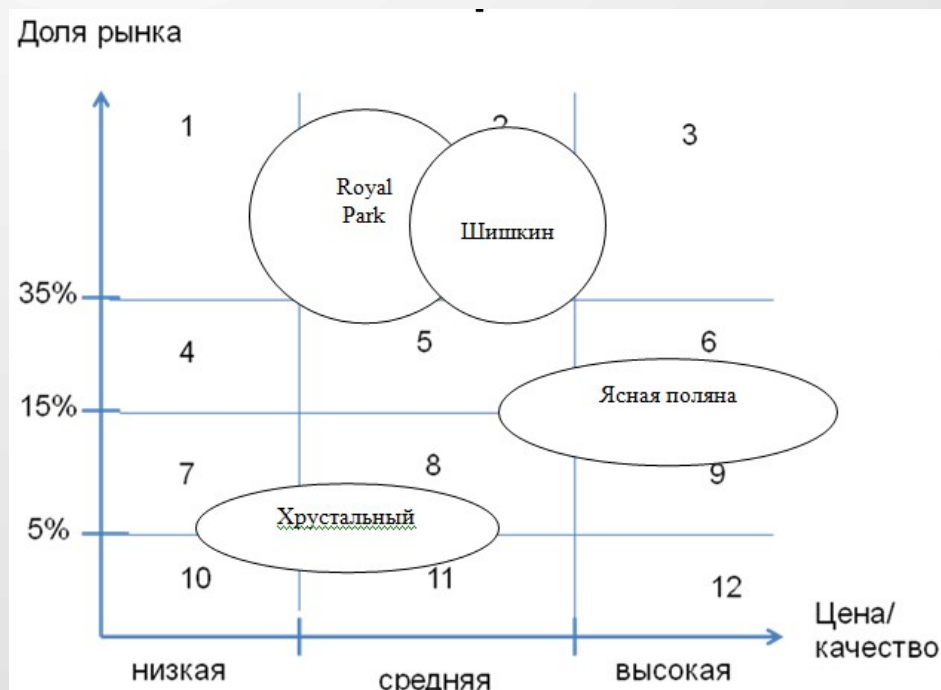


Анализ конкурентной позиции компании «Royal Park» на рынке загородной недвижимости

Анализ стратегических групп

Объем предложения	Высокий	Еловое Кантри	Royal Park Шишкин
	Средний	Хрустальный	Экогородок «Светлый Яр»
	Низкий	Ясная поляна	Земляничные холмы
		Низкий	Высокий

Анализ стратегического пространства



Анализ конкурентной позиции компании «Royal Park» на рынке загородной недвижимости

Социальная сфера

Фактор	Воздействие на отрасль	Воздействие на компанию
Снижение реальных доходов населения	Падение спроса на элитные товары, повышение спроса на товары эконом-класса	отрицательное
Снижение реальных доходов среднего класса	Изменение структуры «моделей покупки»	Смещение спроса в сторону эконом-жилья
В целом состояние социальной сферы не способствует развитию Компании в своём сегменте.		

Технологические факторы

Фактор	Воздействие на отрасль	Воздействие на компанию
Широкое распространение средств автоматизации строительства	Компании-производители, обладающие средствами автоматизации, получают преимущество по издержкам	Ценовая конкуренция со стороны других компаний
Технологические достижения создают Компании дополнительную конкуренцию.		

Экономические факторы

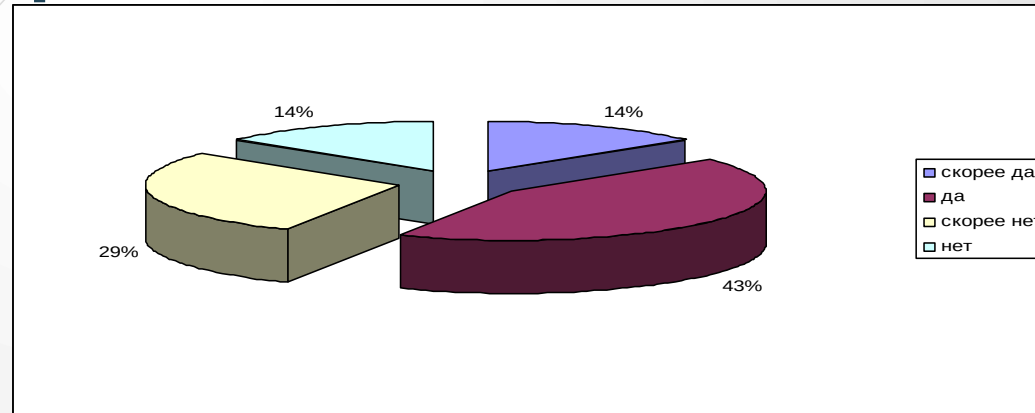
Фактор	Воздействие на отрасль	Воздействие на компанию
Укрепление конкурентов	Повышение ценовой конкуренции	Возможный отток конечных потребителей
Рост инфляции	Возникновение дополнительного спроса	Повышение спроса на товары длительного пользования, закупки товаров длительного хранения «впрок»
Динамика курсов валют	Усиление позиций российских производителей	Снижение спроса на импортные товары, повышение - на российские
В целом, экономический кризис не способствует реализации стратегии роста, если компания не имеет мощной финансовой поддержки и навыков ведения системного бизнеса.		

Анализ конкурентной позиции компании «Royal Park» на рынке загородной недвижимости

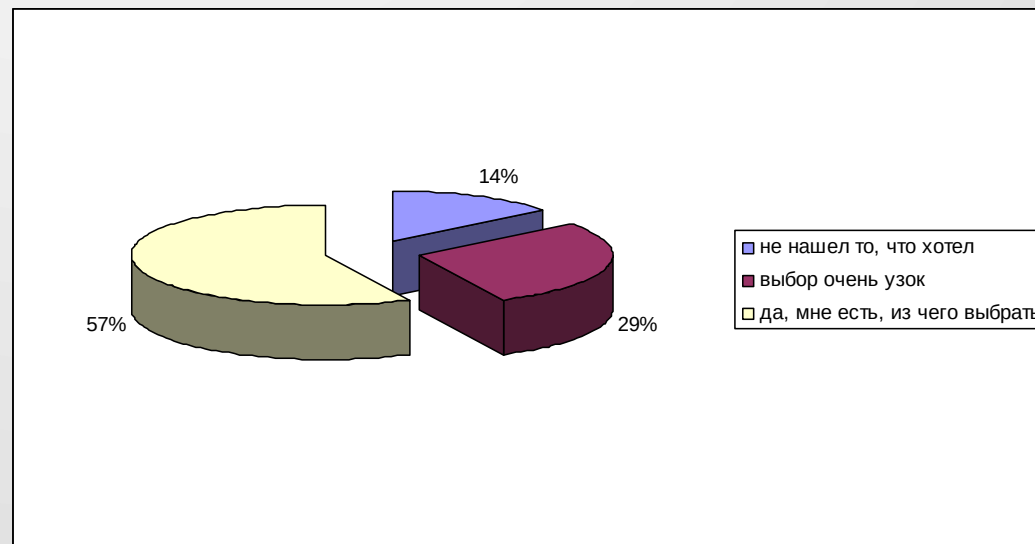
оценка фактора	возможности	угрозы	оценка фактора
в области общего характера рынка			
+1	четкая сезонность спроса, дающая компании возможность предугадать периоды роста и спада продаж	Появление крупных застройщиков на рынке	-1
-2			
в области политико-правового регулирования			
+1	соответствие федеральным законам, содержащим технические регламенты, повышает имидж компании и представляет ее как надежного и качественного производителя	Утверждение закона об экологической экспертизе	-1
0			
экономические факторы			
+3	рост рынка загородного жилья, как следствие обеспечивающий возможность увеличения товарооборота компании	уровень инфляции, повышение которого способно снизить платежеспособность потребителей компании	-3
+3	вступление России в ВТО поспособствовало снижению таможенных пошлин на границе со странами, участниками ВТО и облегчило взаимодействие с Китаем	Не выявлено	0
+3			
социальные факторы			
+3	Тенденции производства, пришедшие из Европы, дали резкий толчок развитию рынка в России	Не выявлено	0
+3	активная деятельность организаций в сфере охраны природы	Не выявлено	0
+6			
технологические факторы			
+1	развитие технологий в области строительства поспособствовало увеличению объемов выпуска и как следствие увеличению товарооборота компании	Не выявлено	0
+1			
в области конкуренции			
+3	снижение конкуренции в нестоличных регионах, дающее возможность для активного развития	высокая конкуренция на рынке столичных регионов	-3
0	Не выявлено	наличие конкурентов, ориентированных на работу в определенной рыночной нише и как следствие являющихся ее лидерами	-2
-2			
в области партнеров			
0	Не выявлено	естественный и искусственный дефицит некоторых видов продукции	-1
-1			

Применение маркетинговых коммуникаций на рынке загородной недвижимости

Структура ответов о полноте ассортимента товаров и услуг

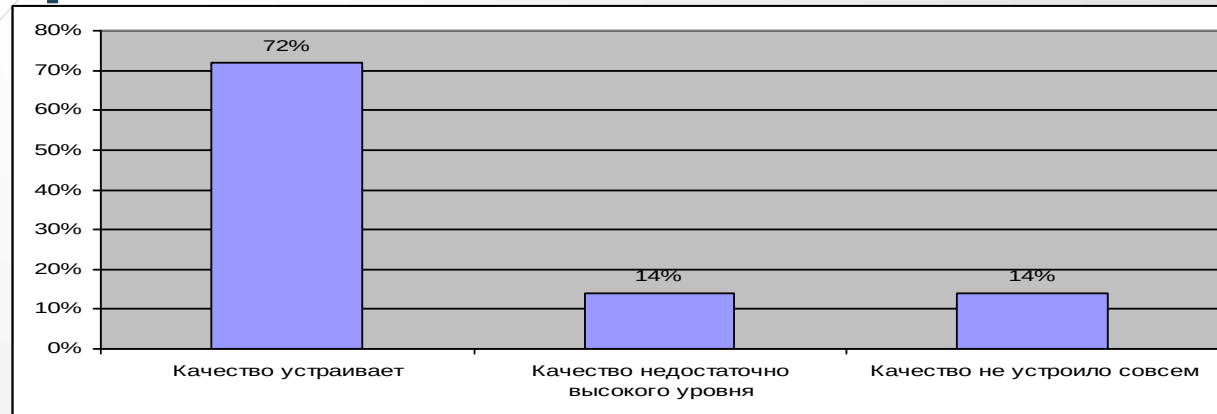


Структура ответов о возможности выбора товаров и услуг

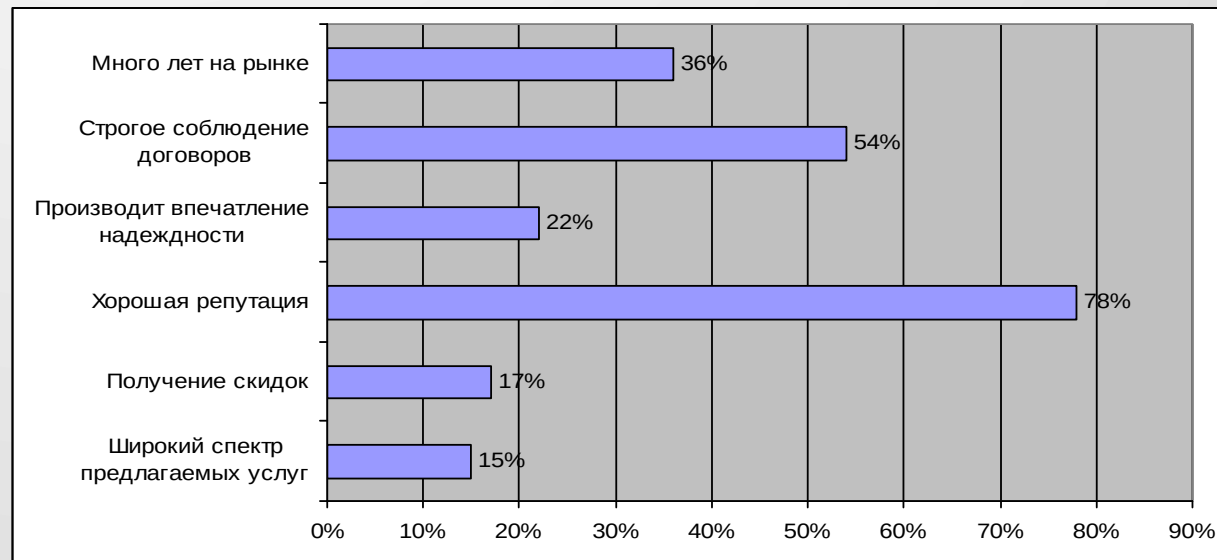


Применение маркетинговых коммуникаций на рынке загородной недвижимости

Структура ответов клиентов о качестве товаров и услуг



Факторы выбора компании для сотрудничества



Применение маркетинговых коммуникаций на рынке загородной недвижимости

Сравнительная характеристика конкурентов Royal Park

№ п/п	Показатели	Royal Park	Конкуренты				
			«Шишкин»	«Кантри»	Ясная поляна	Хрустальный	Земляничные холмы
1	Репутация	хорошая	известная фирма	удовлетворительная	хорошая	известная фирма	удовлетворительная
2	Квалификация менеджеров	средняя	средняя	средняя	средняя	средняя	средняя
3	Качество обслуживания	высокое	высокое	удовл.	хорошее	высокое	Удовлетв.
4	Широта ассортимента	4	5	3	4	5	3
5	Средние затраты времени на обслуживание одного клиента, мин.	57	43	35	41	52	30
6	Активность рекламы	средняя	высокая	низкая	низкая	высокая	низкая
7	Использование Интернета как комплексного средства: канал сбыта + средство рекламы	в разработке	используется активно	используется	используется	используется активно	не используется

Мероприятия по развитию рынка загородной недвижимости

Методы повышения эффективности:

- Рекламное стимулирование.
- Продвижение товаров компании на специализированных тематических выставках и форумах

Совершенствование маркетинговых исследований:

- метод прямого консультирования;
- метод мультиплицирования с использованием принципов сетевого маркетинга и компенсационных планов;
- интегральный метод в регионах.

Мероприятия, направленные на повышение эффективности стратегии маркетинга Royal Park:

- акцент на «узкие места»,
- брендинг продукта,
- рекламные технологии,
- развитие интернет-продаж,
- гибкая ценовая политика,
- совершенствование маркетинговых исследований.

Спасибо за внимание!