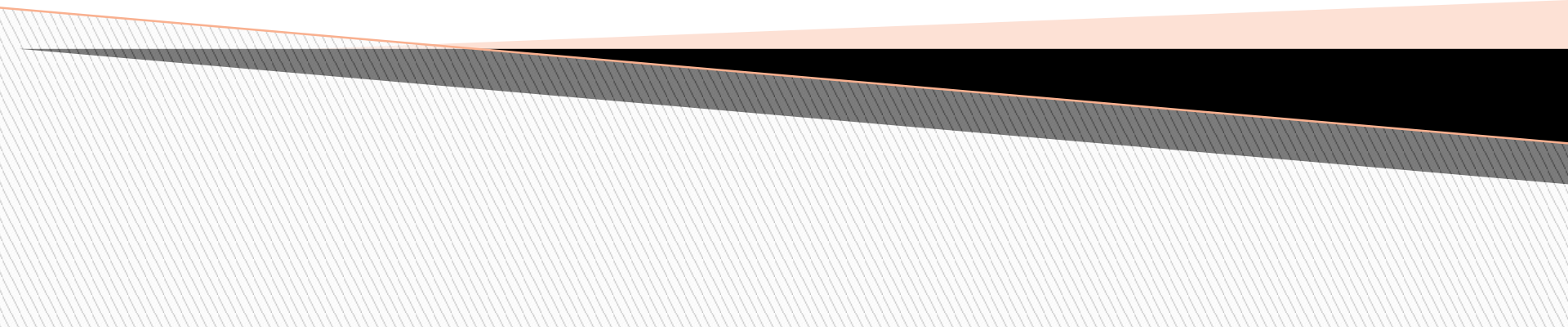


Ценообразование



1. Определение спроса на товар

- По данным анкетирования составлен прогноз

| Сегменты | Порции | Дни | Всего в месяц |
|--------------------------|-----------|---------|---------------|
| Студенты | 20 порций | 25 дней | 500 |
| Офисные работники | 30 порций | 21 день | 630 |
| Посетители фитнес-клубов | 15 порций | 30 дней | 450 |

1. Определение спроса на товар

Рассчитываем сколько раз каждый компонент входит во все порции (учитываем долю предпочтения потребителей)

| Товар | Доля потребления | В порциях за 3 года | В порциях за 1 месяц |
|-------------------|------------------|---------------------|----------------------|
| йогурт | 1,00 | 56880 | 1580 |
| миндаль | 0,55 | 31284 | 869 |
| шоколад | 0,53 | 30336 | 843 |
| бананы | 0,42 | 23700 | 658 |
| кукурузные хлопья | 0,40 | 22752 | 632 |
| фундук | 0,40 | 22752 | 632 |
| овсяные хлопья | 0,40 | 22752 | 632 |
| изюм | 0,40 | 22752 | 632 |
| чернослив | 0,32 | 18012 | 500 |
| курага | 0,30 | 17064 | 474 |
| кешью | 0,30 | 17064 | 474 |
| цукаты | 0,25 | 14220 | 395 |
| грецкий орех | 0,23 | 13272 | 369 |
| Всего | | 312840 | 8690 |

2. Оценка издержек производства

2.1 Прямые расходы

| Товары | Стоимость с НДС (20 граммов) | Стоимость без НДС | НДС |
|-------------------|------------------------------|-------------------|-------------|
| миндаль | 5 | 4,237288136 | 0,762711864 |
| кешью | 6,8 | 5,762711864 | 1,037288136 |
| фундук | 5,3 | 4,491525424 | 0,808474576 |
| изюм | 1,72 | 1,457627119 | 0,262372881 |
| шоколад | 4 | 3,389830508 | 0,610169492 |
| овсяные хлопья | 2 | 1,694915254 | 0,305084746 |
| кукурузные хлопья | 2 | 1,694915254 | 0,305084746 |
| бананы | 1,84 | 1,559322034 | 0,280677966 |
| цукаты | 1,9 | 1,610169492 | 0,289830508 |
| курага | 4 | 3,389830508 | 0,610169492 |
| чернослив | 2 | 1,694915254 | 0,305084746 |
| грецкий орех | 5,7 | 4,830508475 | 0,869491525 |
| йогурт | 4,5 | 3,813559322 | 0,686440678 |

2. Оценка издержек производства

2.2 Косвенные расходы

| Вид расходов | Сумма |
|-------------------------------------|---|
| Лизинг (3года) | Первый платеж = 60000 Ежемесячный платеж = 6000 3 автомата Срок – 3 года $= (60000 + 6000 * 3) * 36 * 3 = 828000$ |
| Аренда места (месяц) | 3 автомата в разных местах $1050 + 1125 + 1275 = 3450$ |
| Маркетинговое исследование (3 года) | Проводится раз в 3 года 100000 |
| Технологическая разработка | Один раз перед производством автомата 120000 |

2. Оценка издержек производства

2.2 Косвенные расходы

| Вид расходов | Сумма |
|--|-----------------------|
| Сервис (оповещательные наклейки и т.п) (месяц) | 2000 |
| Дегустации (единоразовые) | Срок – 1 год 50850 |
| Упаковка (месяц) | 3100 |
| Инкассация (месяц) | $750 * 3 = 2250$ |
| Техобслуживание (месяц) | $1000 * 4 = 4000$ |

3. Расчет себестоимости.

3.1 Доля косвенных расходов и упаковки в себестоимости

- Доля = сумма расходов/количество продаж единицы товара

| Вид расхода | Расход на единицу товара |
|----------------------------|--------------------------|
| лизинг | 2,646720368 |
| аренда места месяц | 0,397008055 |
| маркетинговое исследование | 0,319652218 |
| технологическая разработка | 0,383582662 |
| сервис | 0,230149597 |
| дегустации | 0,162543153 |
| упаковка | 0,356731876 |
| инкассация | 0,258918297 |
| обслуживание | 0,460299194 |
| Всего | 5,215605421 |

3. Расчет себестоимости

СС = прямые + косвенные

| Товары | | Себестоимость |
|-------------------|--|---------------|
| миндаль | | 10,22 |
| кешью | | 12,02 |
| фундук | | 10,52 |
| изюм | | 6,94 |
| шоколад | | 9,22 |
| овсяные хлопья | | 7,22 |
| кукурузные хлопья | | 7,22 |
| бананы | | 7,06 |
| цукаты | | 7,12 |
| курага | | 9,22 |
| чернослив | | 7,22 |
| грецкий орех | | 10,92 |
| йогурт | | 9,72 |



4. Выбор базовой модели ценообразования

4.1 Издержкоориентированная

$$\text{Цена} = \frac{\text{Себестоимость}}{1 - \text{норма рентабельности}}$$

Норма рентабельности – 30%

| Товары | Цена | Цена с НДС |
|-------------------|------|------------|
| миндаль | 15 | 17 |
| кешью | 17 | 20 |
| фундук | 15 | 18 |
| изюм | 10 | 12 |
| шоколад | 13 | 16 |
| овсяные хлопья | 10 | 12 |
| кукурузные хлопья | 10 | 12 |
| бананы | 10 | 12 |
| цукаты | 10 | 12 |
| курага | 13 | 16 |
| чернослив | 10 | 12 |
| грецкий орех | 16 | 18 |
| йогурт | 14 | 16 |

4.Выбор базовой модели ценообразования. 4.2

Конкурентоориентированная модель

| Конкурент | Цена за шт., руб | CSI, % |
|---------------------|------------------|--------|
| Шоколадный батончик | 30 | 77,71 |
| Батончик мюсли | 20 | 64,21 |
| Печенье | 30 | 70,78 |

4.Выбор базовой модели ценообразования. 4.2

Конкурентоориентированная модель

$$P_{\text{Fitmi}} = P_{\text{конкур.}} * CSI_{\text{Fitmi}} / CSI_{\text{конкур.}}$$

| В сравнении с | Цена |
|------------------------------|--|
| <i>шоколадным батончиком</i> | $P = 30 * 68,96 / 77,71 = 26,62 \text{ руб}$ |
| <i>батончиком мюсли</i> | $P = 20 * 68,96 / 64,21 = 21,48 \text{ руб}$ |
| <i>печеньем</i> | $P = 30 * 68,96 / 70,78 = 29,23 \text{ руб}$ |

Данная модель **не подходит** для нашего продукта, так как не позволяет определить цену каждого ингредиента, однако можно использовать полученные данные для определения средней цены порции

4.Выбор базовой модели ценообразования. 4.2

Конкурентоориентированная модель:

- ▣ Такие товары как орехи, сухофрукты можно приобрести в супермаркете на развес.

| Товары | Цена в супермаркете |
|-------------------|---------------------|
| миндаль | 13 |
| кешью | 13 |
| фундук | 9 |
| изюм | 4 |
| шоколад | 10 |
| овсяные хлопья | 5 |
| кукурузные хлопья | 5 |
| бананы | 5 |
| цукаты | 5 |
| курага | 8 |
| чернослив | 6 |
| грецкий орех | 14 |
| йогурт | 15 |

5.Выбор окончательной цены

| Товары | Конкуренто-ориентированная | Издержко-ориентированная |
|-------------------|----------------------------|--------------------------|
| миндаль | 13 | 17 |
| кешью | 13 | 20 |
| фундук | 9 | 18 |
| изюм | 4 | 12 |
| шоколад | 10 | 16 |
| овсяные хлопья | 5 | 12 |
| кукурузные хлопья | 5 | 12 |
| бананы | 5 | 12 |
| цукаты | 5 | 12 |
| курага | 8 | 16 |
| чернослив | 6 | 12 |
| грецкий орех | 14 | 18 |
| йогурт | 15 | 16 |

5. Окончательная цена

- Выбор – издержкоориентированная модель:
 - Аналогичные товары в супермаркете удовлетворяют похожую потребность, однако за счет преимуществ FitMi для целевой аудитории (доступность, возможность получить самостоятельно выбранную готовую смесь с йогуртом в удобной упаковке, быстрота обслуживания и т. д) цена на товар FitMi должна быть выше.
 - Средняя стоимость порции с одним наполнителем = 31 руб, что почти соответствует ценам конкурентов (шок.батончики, мюсли, печенья), однако порция с большим количеством наполнителей вероятнее выигрывает по качественным характеристикам (питательность, полезность, вес), поэтому цена должна быть выше.

Ценовая политика

▣ Скидки

Мы предоставляем скидку на продукт FITmi при покупке более 7 ингредиентов.

