Учреждение образования

«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Дисциплина «Основы бизнес-анализа»

**Индивидуальная работа №1/1**

**Тема «РАСЧЁТ ПЛАНОВОЙ ЦЕНЫ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА»**

Выполнил:

Студент 4 курса 7 группы ФИТ

Тышкевич Р.А. Проверил:   
 ст. преп. Соболевский А. С.

Минск 2024

1. **Описание рассматриваемого программного продукта**

Рассматриваемый программный продукт «FoodHub» представляет собой платформу для заказа блюд из ресторанов, где пользователи могут выбрать еду на вынос или с доставкой на дом. Платформа позволяет пользователям регистрироваться и авторизоваться, просматривать меню ресторанов, добавлять блюда в корзину или в избранное, а также оформлять заказы. На сайте предусмотрены функции поиска и фильтрации блюд по категориям, кухне или ценовому диапазону. Также имеется панель администратора с доступом к управлению заказами, пользователями и поддержкой клиентов. Незарегистрированные гости имеют ограниченный доступ, позволяющий им только просматривать меню и предложения ресторанов.

1. **Программные продукты-аналоги**

* ДодоПицца (заказы на доставку и самовывоз, бонусная программа)
* Яндекс.Еда (доставка еды, платное продвижение ресторанов)
* Delivery Club (доставка еды, подписка с бесплатной доставкой, платные рекламные услуги)

1. **Выбранная стратегии монетизации рассматриваемого ПП**

**Комиссия с продаж**: В данном случае бизнес-план был разработан с акцентом на прозрачность и простоту для ресторанов-партнеров. Каждый ресторан подключается к FoodHub без стартовых взносов, но платит комиссию с каждого проданного через платформу заказа. Это позволяет ресторанам сотрудничать с платформой с минимальными затратами на старте, а FoodHub — получать стабильный доход за счет высокого объема заказов. Такая модель также предоставляет возможность продвижения для ресторанов, увеличивая их видимость в приложении и, следовательно, количество заказов, от которых взимается комиссия.

1. **Перечень характеристик**

* **Комиссионная модель и структура сборов**: чем ниже процент комиссии за каждую транзакцию, тем больше привлекается ресторанов. Высокий процент может снижать интерес партнеров к платформе.
* **Эффективность доставки**: наличие собственной службы доставки или интеграции с курьерскими сервисами позволяет контролировать скорость и качество доставки. Для удобства пользователей важно также наличие отслеживания заказа в реальном времени.
* **Удобство интерфейса (UI/UX)**: простой, интуитивно понятный интерфейс с возможностью быстрого поиска и фильтрации блюд и ресторанов. Легкость оформления заказа и приятный визуальный дизайн увеличивают количество повторных заказов.
* **Инструменты продвижения и рекламные функции для ресторанов**: рестораны могут оплачивать продвижение в результатах поиска и получать доступ к аналитике. Инструменты рекламы должны быть ненавязчивыми и не мешать пользователю.
* **Методы оплаты и безопасность транзакций**: различные способы оплаты (банковские карты, электронные кошельки, Apple Pay, Google Pay) и высокий уровень безопасности. Защита личных данных пользователей и доверие к финансовым операциям — критические элементы успеха.
* **Программа лояльности и отзывы**: система бонусов за заказы и возможность оставлять отзывы помогают удерживать клиентов и повышать уровень удовлетворенности пользователей.

1. **Сравнение рассматриваемого ПП с продуктами-аналогами**

Таблица 1

Показатели качества рассматриваемого программного продукта и программных продуктов конкурентов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель качества | Весовой коэффициент | ДодоПицца | Яндекс.Еда | Delivery Club | FoodHub |
| Комиссионная модель и структура сборов | 3.32 | 65 | 55 | 60 | 80 |
| Эффективность доставки | 2.49 | 70 | 60 | 75 | 70 |
| Удобство интерфейса (UI/UX) | 4.15 | 80 | 85 | 90 | 90 |
| Инструменты продвижения и рекламы | 1.66 | 50 | 40 | 45 | 60 |
| Методы оплаты и безопасность транзакций | 3.32 | 75 | 65 | 70 | 85 |
| Программа лояльности и отзывы | 1.66 | 55 | 60 | 50 | 75 |
| Всего | 1 | 65.47 | 60.78 | 66.08 | 79.5 |

1. **Расчёт тарифа на подписку предлагаемого программного продукта**

Поскольку расчеты для комиссий с заказов не будут объективны из-за недостатка информации, расчитаем показатели относительно подписки. В данном случае вместо цены единовременной продажи рассчитывается величина периодического платежа за продление подписки для ресторанов на год. Расчёт величины тарифа производится в соответствии с формулой (7).

Ц1 = (Ц0 \* ИР) / ИК, (7)

где Ц0 − цена программного продукта конкурента.

Для определения Ц0Ц\_0Ц0​ (цены подписки конкурентов), возьмем бизнес-модели и ценообразование для ДодоПиццы, Яндекс.Еды, и Delivery Club.

* Платная подписка ДодоПицца — 500 BYN/год
* Платная подписка Яндекс.Еда — 450 BYN/год
* Платная подписка Delivery Club — 550 BYN/год

Средняя цена конкурентов (Ц0 ) будет равна:

Ц0 = (500 + 450 + 550) / 3 ≈ 500 BYN/месяц

Средний итоговый показатель качества конкурентов ИК равно:

ИК = (65.47+60.78+66.08)/3 ≈ 64.78

Тогда расчёт величины тарифа FoodHub:

Ц1 = (500\*79.5) / 64.78 ≈ 613 BYN/месяц

Прогнозное количество покупок подписок в год рассматриваемого программного продукта ППО:

ППО = Avg(6,000+5,500+7,000) = 6,167

Плановая величина денежных поступлений от рассматриваемого программного продукта ДПДПДП рассчитывается как произведение планового тарифа на подписку на прогнозное количество подписок:

ДП = 613×6,167= 3,781,471BYN

Таким образом, плановая величина тарифа на подписку для ресторанов в FoodHub составит **613 BYN/год**, а прогнозируемый доход от подписок — **3,781,471 BYN/год**

**Вывод:** В данной работе были проанализированы собственно разработанное программное средство и его продукты-аналоги. Была рассчитана плановая цена программного продукта на рынке.