

tema 3 - Politica de preț

Politica de preț a SC System Security SRL pentru serviciile de securitate și incendii

Societatea SC System Security SRL își stabilește oferta de preț pornind de la costurile de cumpărare a produselor necesare realizării lucrării. În politica stabilirii prețului unei lucrări sunt luate în vedere următoarele lucruri: numărul produselor necesare lucrării, complexitatea lucrării, poziția lucrării.

Aste servicii nu sunt mai pe piață, există deja firme care prestează astfel de servicii, de aceea la început numărul clienților va fi destul de mic. În urma analizei privind prețul de cumpărare a produselor se vor efectua calcule economice pentru determinarea cheltuielilor totale, aceste cheltuieli variind în funcție de complexitatea proiectului ($CT = C_o + C_i$). În urma acestor analize se poate analiza și stabili marja de profit care trebuie luată în calculul venitului total ($VT = CT + P$) și în cel de stabilire a prețului pe unitatea de produs vândută (P) în funcție de cantitatea de produs vândută (q). Deci prețul unitar de vânzare a produsului, conținând și partea de profit este: $P = VT/q$.

Analiza economică din punct de vedere al costurilor de cumpărare porneste de la volumul produselor, în funcție de complexitatea lucrării și de numărul de produse necesare pentru realizarea acesteia.

Considerăm ca, folosirea capacităților existente de cumpărare (mijloace fixe) și a celor administrative (personal, etc) nedă posibilitatea de a calcula care va fi volumul costurilor indirecte (C_i) determinate în principal de cheltuielile cu: amortizarea mijloacelor fixe; ^{combustibilul} ~~energiile~~ ^{incalzirea} salariile personalului administrativ, promovarea firmei și a serviciilor și alte cheltuieli din sfera administrativă. La aceste cheltuieli se adaugă cheltuielile directe (C_d), cheltuieli legate nemijlocit de cumpărarea produselor.

În categoria cheltuielilor directe (CD) intră cheltuielile cu achiziționarea produselor, combustibilul, salariile angajaților etc. Cheltuielile directe pot avea un caracter dinamic / fluctuant în funcție de volumul produselor, complexitatea proiectului, prețul combustibilului, experiența angajaților. Suma dintre cheltuielile indirecte (CI) și cheltuielile directe (CD) reprezintă cheltuiala (costul) total (CT) al firmei pentru realizarea proiectelor.

În vederea valorificării pe piață și pentru rentabilizarea activității de producție este necesar să luăm în calcul și profitul (P) firmei într-o marjă care ține de mai mulți factori: cerere și ofertă, nouitatea serviciilor, calitatea serviciilor și nu în ultimul rând de activitatea de marketing în ceea ce privește promovarea prin toate mijloacele (reclame TV, popularizarea prin mijloacele de comunicație telefonică, promoții etc)

Ținând seama de nouitatea ofertei pe piață, cunoașterea acestor servicii în zonă, prestigiul firmei, ofertele contractuale oferite în comparație cu cele existente, calitatea serviciilor și activitatea de popularizare, apăsăm că marja de profit trebuie să fie (70-75)% din cheltuiala totală (CT) (CI)

În concluzie, costul total de producție (CT) și profitul (P) vor determina venitul total (VT) al firmei în urma vânzării pe piață a serviciilor, $VT = CT + P$

1. Pragul de rentabilitate al producției

În baza analizei privind volumul cererilor, în vederea stabilirii pragului de rentabilitate pot fi făcute calcule și comparații la nivel de venit total și cost total și la nivel de preț unitar de cumpărare și preț unitar de vânzare, pe proiect, astfel:

a) la nivel de venit total (VT) și cost total (CT)

- dacă $VT > CT$ rezultă că firma are profit, deci activitatea este rentabilă
- dacă $VT < CT$ rezultă că firma are pierdere

- dacă $VT = CT$ rezultă că firma doar își acoperă cheltuielile, este la limita dintre profit și pierdere, se află la Pragul de rentabilitate al producției

b) la nivel de preț unitar de cumpărare și preț unitar de vânzare

- Prețul unitar de cumpărare = $CT/2$
- Prețul unitar de vânzare = $VT/2$

În acest caz pragul de rentabilitate al producției

În conducere, pragul de rentabilitate al produsului reprezintă o rată-tie de avarie din care firma trebuie să iasă făcând mai politici economice și de marketing pentru salvarea serviciilor (îmbunătățirea serviciilor, oferte avantajoase).

2. Strategia privind politica de preț adoptată

În politica de stabilire a prețului serviciilor, ca parte a fluxului de marketing, SC System Security SRL va adopta o strategie flexibilă în raport cu cerințele de piață și caracteristicile serviciilor.

În primă fază, societatea va folosi strategia unei politici de preț scăzut, având ca argumente faptul că este o firmă nouă pe piață, necunoscută la început, însă serviciile sunt cunoscute și măsurate.

Totodată, societatea va folosi și strategia de preț bazată pe costul de cumpărare. Prețul de vânzare al produselor în funcție de proiect va reflecta costurile totale de cumpărare (CT) și profitul (P), real estimat la o marjă de (70-75)% din ~~CT~~ $\frac{P}{CT}$, aceasta pentru a asigura rentabilitatea firmei pentru astfel de servicii.

Prețul unitar de vânzare al produselor (P) va cuprinde CT de cumpărare pe unitate de produs (CT/g) și profitul unitar (P/g), adică marja va fi tot de (70-75)% din CT/g .

Considerăm că, adoptarea unei strategii fundamentale, pentru un preț bazat pe costul de cumpărare și prin adoptarea unei strategii inițiale de preț scăzut va asigura firmei un venit total $V\bar{I} = Q \times P$ care va conține marja de profit luată în calcul, de (70-75)% din CT investit, respectiv din cifra de afaceri.

Pentru o argumentare bazată pe calcule economice luăm în calcul realizarea unui proiect ce conține 10 produse, preluate de o zi:

$$- CT/g = 150 \text{ lei}$$

$$- V\bar{I}/g = CT/g + P/g = 150 \text{ lei} + 150 \cdot 80\% = 150 + 150 \cdot \frac{8}{10} = 150 + 120 = 270 \text{ lei/prod}$$

care np TVA pe produs + manoperă pentru montare = acțiune

Profitul calculat pentru o lună cu 10 produse, diferența între a și a':

$$P = VT - CT = (p \times q) - (CT/q \times q) = 270 \cdot 10 - 150 \cdot 10 = 2700 - 1500 = 1200$$

$$P = 1200 \text{ lei}$$

sau

$$RP = (P/CT) \cdot 100 = (1200/1500) \cdot 100 = 80\%$$