



МАРКЕТИНГ И СБЫТ ПРОДУКЦИИ

(ОРГАНИЗАЦИЯ ООО ДЦТ «УМНИКИ И УМНИЦЫ»)

**Выполнили: Капырина А.,
Мелекесова С.,
Мотырева А.,
Самарина С.**

ЦЕЛЬ

установить численные значения оценки рынка, его основные характеристики



КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКА

1. По экономическому назначению объектов рыночных отношений: рынок товаров и услуг.
2. По характеру конечного использования: рынок товаров (услуг) потребительского назначения.
3. По сроку использования: рынок товаров (услуг) долговременного пользования.
4. По территориальному охвату: региональный.
5. По соотношению продавцов и покупателей: рынок свободной конкуренции.
6. По объему реализации: основной рынок, где реализуется основная часть товаров и услуг фирмы.
7. По отраслевому признаку: рынок платного дошкольного образования



ОБ УСЛУГАХ

Дошкольная услуга – профессиональная деятельность по обеспечению условий и организации физического, интеллектуального и нравственного развития детей в возрасте до 7 лет.

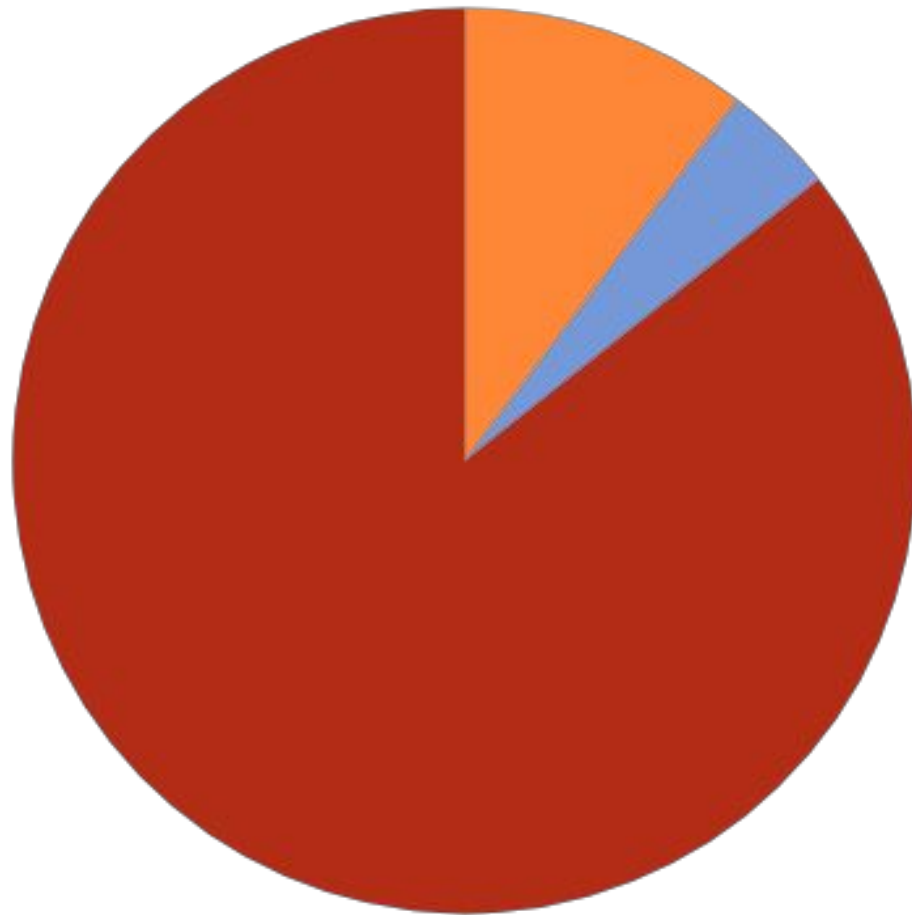


В России порядка 2360 коммерческих частных ДООУ, среди которых:

- детские сады с приоритетным осуществлением интеллектуального, художественно-эстетического или физического развития воспитанников;
- детские сады для детей с отклонениями в физическом и психическом развитии, присмотра и оздоровления;
- центры развития ребенка;
- семейные детские сады.



Количество



- Москва и МО
- Санкт-Петербург и ЛО
- Россия



РОСТ РЫНКА

по стране в 2012 не превысил **6%**, по Москве и МО – **8%**. В Санкт-Петербурге достиг показателя в **6,2%**, что практически не выходит за рамки общероссийской статистики

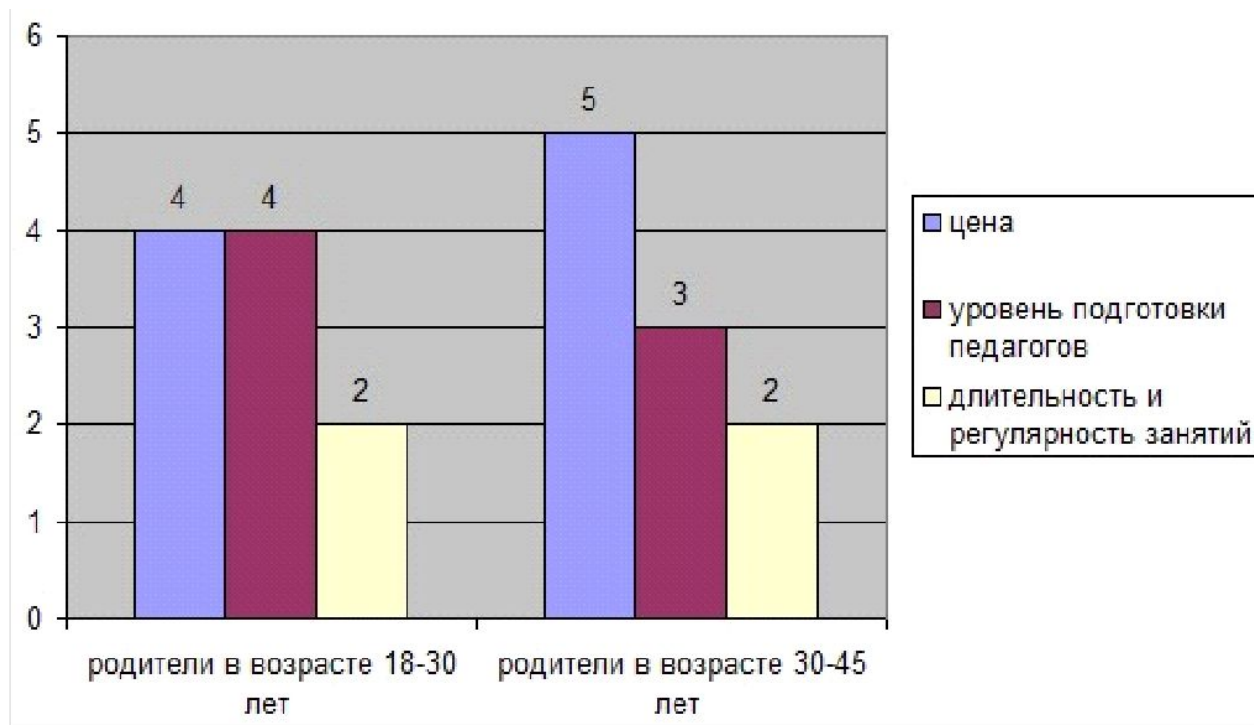


ЦЕНЫ

- от 3,5 тыс. руб. в месяц до 73 тыс. руб. в мес. на одного ребенка.
- средняя цена по Москве и МО – 22,5 тыс. руб. в мес.,
- в Петербурге и ЛО – 18,5 тыс. руб.



ФАКТОРЫ НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМЫЕ ПРИ ВЫБОРЕ ПЛАТНЫХ ДОШКОЛЬНЫХ



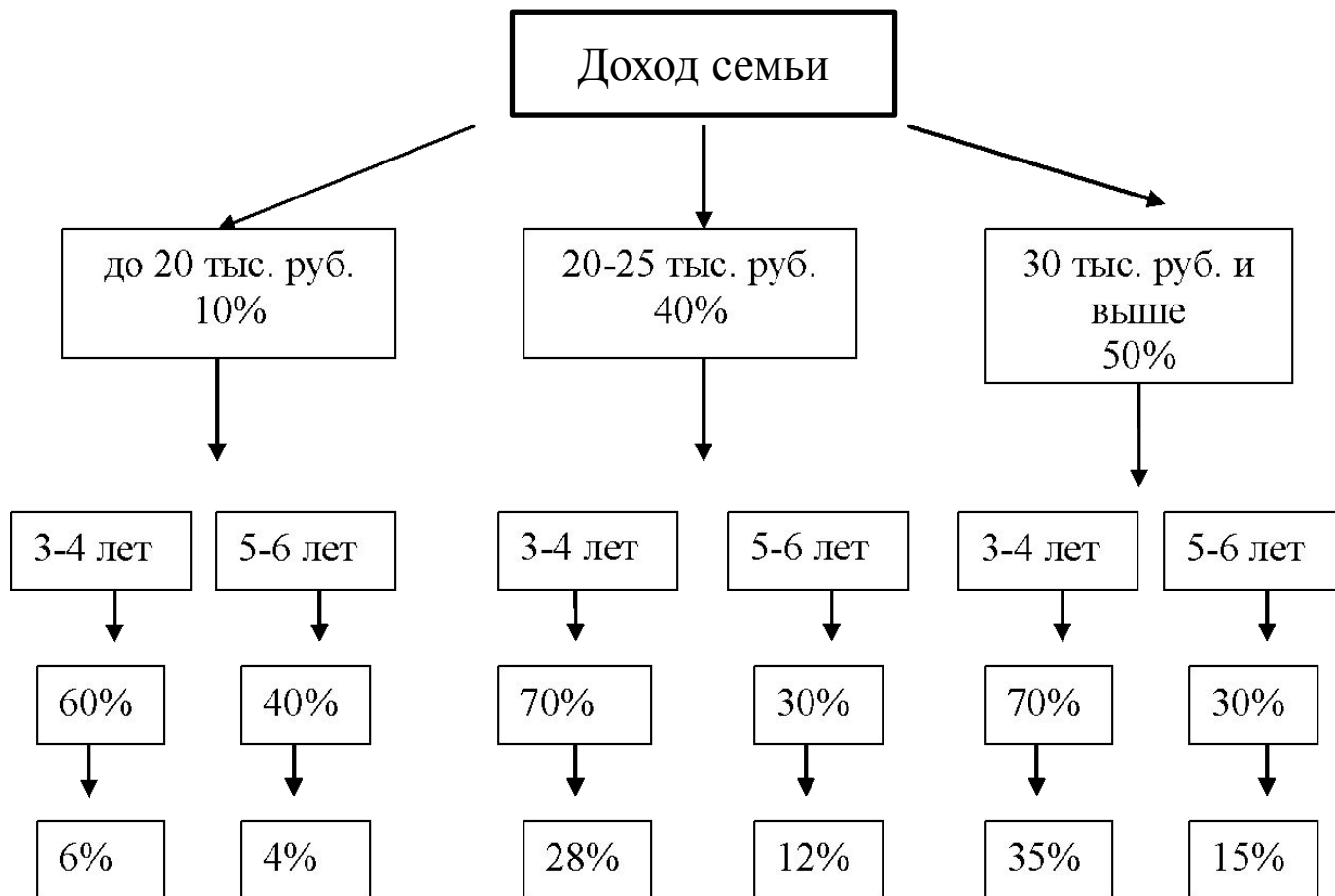
Сегментирование рынка.

По географическому признаку

Географический принцип сегментации	
Критерии	Характеристики
1. Страна	Российская Федерация
2. Регион	г. Москва
3. Город	Москва
4. Уровень инфляции в городе	6,5 %
5. Округ	Центральный федеральный округ
6. Район	Центральный
7. Уровень конкуренции	Высокий
8. Размер региона	2511 км ²
9. Численность населения	11 979 529 человек
10. Плотность населения	4770 чел./км ²



Сегментирование по демографическому принципу



Сегменты



- Семья с ребенком 3-4 лет
- Семья с ребенком 5-6 лет



Сегментирование по психографическому принципу

1) Принадлежность к социальному классу: низший средний, высший средний, низший высший, высший высший.

2) Образ жизни: традиционный, жизнелюбы, заботящиеся о детях.



ОЦЕНКА КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА.

Конъюнктура рынка – это состояние рынка, характеризующееся соотношением между спросом и предложением товаров.

$Q = N * q * P_{ср}$ – текущий рыночный спрос

N – число покупателей данного продукта на данном рынке;

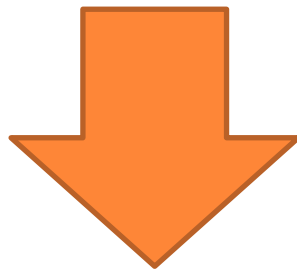
q – число покупок одного покупателя за исследуемый период времени;

$P_{ср}$ – средняя цена данного продукта на данном рынке.



Численность детей за 2013 год в возрасте от 3 до 6 лет в Москве составляет примерно 2 015 239 детей - 16% от общего населения.

Услугами платного дошкольного образования пользуются примерно 1 231 907 детей – 10,3%.



$$Q = 1\,231\,907 * 90 * 400 = 44\,348\,652\,000 \text{ руб.}$$



СТЕПЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ

$E = Ч * С * Ф * q * R_{ср}$, - емкость рынка

Ч – общая численность населения;

С - % семей, имеющих детей в возрасте от 3 до 6 лет;

Ф - % лиц из числа семей, имеющих детей от 3 до 6 лет, которые пользуются услугами платного дошкольного образования;

q – количество посещений детских развивающих центров в год в среднем одним клиентом;

R_{ср.} – средняя цена одного посещения фитнес центра.

$$E = 11\,979\,529 * 0,2 * 0,9 * 50 * 400 = 43\,126\,304\,400 \text{ руб.}$$



СТЕПЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ СПРОСА:

$$K_c = 43\,126\,304\,400 / 44\,348\,652\,000 = 0,9$$

Так как $K_c < 1$, то это означает, что спрос превышает предложение.

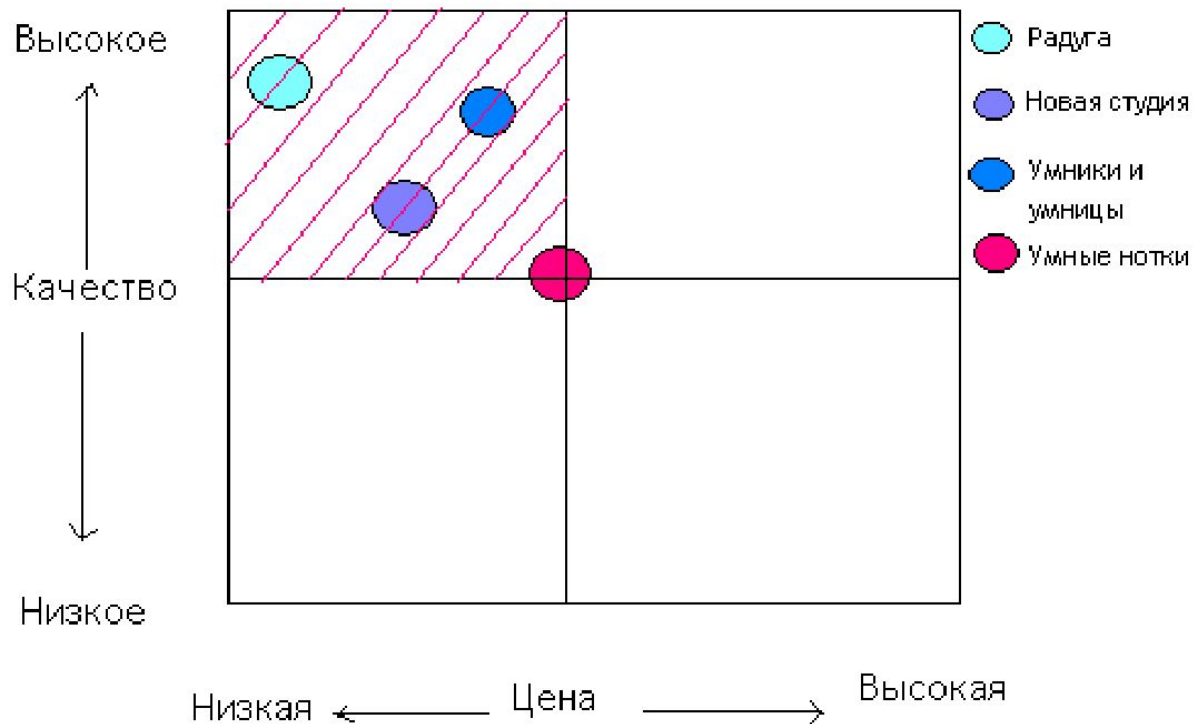


ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА.

Позиционирование рынка – это технология определения позиции продукта на отдельных рыночных сегментах.



КАРТА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

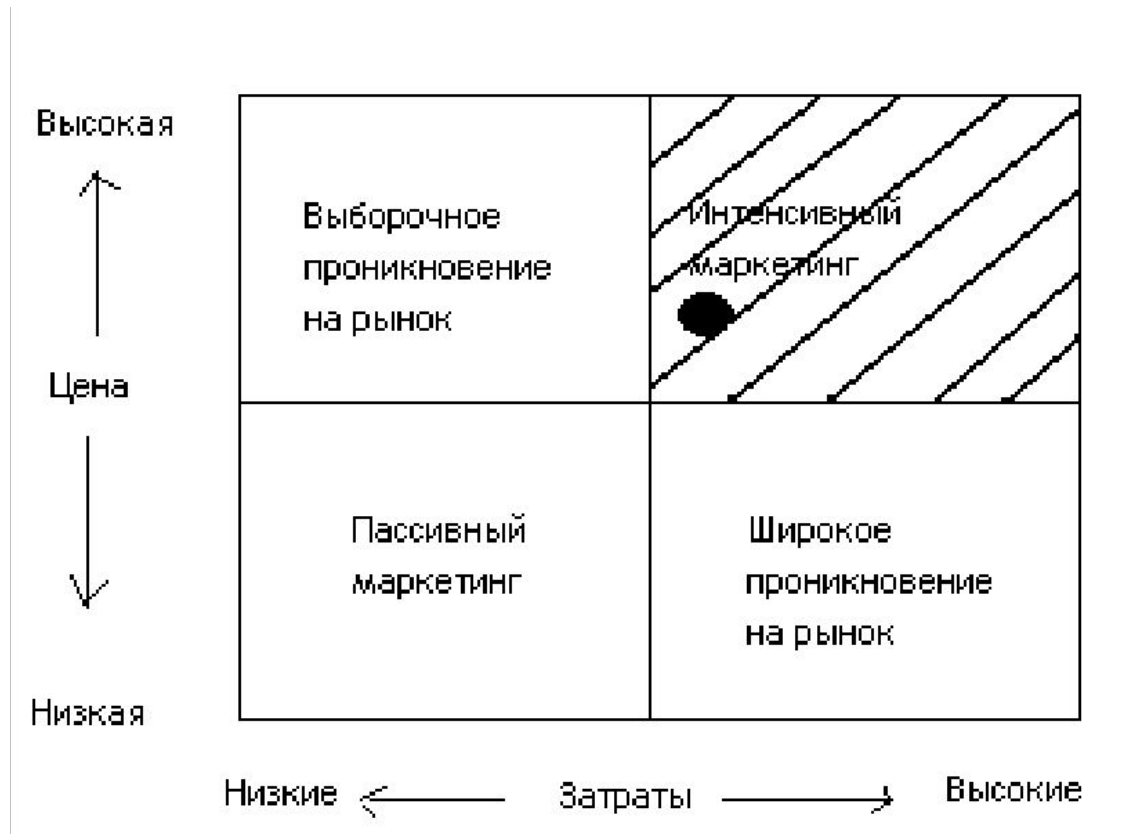


СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

Наименование услуги	Сегмент рынка по услугам	Состояние спроса	Тип маркетинга	Стадия жизненного цикла	Маркетинговая политика				Маркетинговые действия
					Товарная	Ценновая	Сбытовая	Коммуникативная	
Изобразительное искусство	Москва	Полноценный спрос	Поддерживающий	Рост	Стратегия вариации	Стратегия прочного внедрения	Контакт с потребителями	Стратегия вынуждения	Стратегия концентрированного маркетинга
Уроки пения	Москва	Полноценный спрос	Поддерживающий	Зрелость	Стратегия дифференциации	Стратегия прочного внедрения	Контакт с потребителями	Стратегия вынуждения	Стратегия дифференцированного маркетинга
Английский язык	Москва	Полноценный спрос	Поддерживающий	Зрелость	Стратегия дифференциации	Стратегия преимущественной цены	Контакт с потребителями	Стратегия вынуждения	Стратегия дифференцированного маркетинга
Тренинги для родителей	Москва	Скрытый	Развивающий	Внедрение	Стратегия инновации	Стратегия преимущественной цены	Контакт с потребителями	Стратегия вынуждения	Стратегия концентрированного маркетинга



«ЦЕНА/ЗАТРАТЫ НА МАРКЕТИНГ».



ЦЕНА И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА.

Наименование	Продолжительность (мин)	Кол-во раз в неделю	Срок абонемента
Основные услуги			
1. Уроки изобразительного искусства для детей от 3-6 лет: - группа для детей от 3 до 4 лет; - группа для детей от 5 до 6 лет	60	1 раз в неделю, с возможностью купить дополнительные занятия	- 1 месяц; - 6 месяцев; - 12 месяцев.
2. Уроки пения для детей от 3-6 лет: - группа для детей от 3 до 4 лет; - группа для детей от 5 до 6 лет	60	1 раз в неделю, с возможностью купить дополнительные занятия	- 1 месяц; - 6 месяцев; - 12 месяцев.
3. Языковое направление для детей от 3 до 6 лет: - англ. яз для начинающих от 3 до 4 лет; - англ. яз для начинающих от 5 до 6 лет;	60	1 раз в неделю, с возможностью купить дополнительные занятия	- 1 месяц; - 6 месяцев; - 12 месяцев.
Дополнительные услуги			
4. Обучающие тренинги для родителей	60	1 раз в неделю	- 1 месяц; - 6 месяцев; - 12 месяцев.



СОСТАВ ЦЕНЫ И ЗАТРАТ

- - себестоимость услуги;
- - средства на развитие материально - технической базы учреждения.

В состав затрат, относимых на себестоимость услуги, входят:

- 1. расходы на оплату труда педагогам;
- 2. расходы на оплату труда обслуживающего персонала;
- 3. расходы на оплату труда административного персонала;
- 4. начисления на заработную плату;
- 5. материальные затраты, в которые входят:
 - 5.1. расходы на оплату коммунальных платежей;
 - 5.2. расходы на приобретение учебно-наглядных пособий и расходного материала;
 - 5.3. прочие хозяйственные расходы (моющие средства; хозяйственный инвентарь и т.п.).



РАСЧЕТ СЕБЕСТОИМОСТИ ПЛАТНОЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ В МЕСЯЦ.

1. ЗП = СТчас * Кчас, где:

ЗП - заработная плата педагога в месяц;

СТчас - заработная плата в час (для расчета рекомендуется размер средней заработной платы в час принимать 1 - 2 средних заработных плат в час работника промышленности, основание: статья 54 (пункты 2, 3 Закона РФ "Об образовании").вивающий услуга планирование

Кчас - количество часов в месяц оказания платной дополнительной образовательной услуги.

$$\text{ЗП} = 8,84 * 4 = 35,36 \text{ руб.}$$

2. ЗО = ТСчас * Кчас, где:

ЗО - заработная плата обслуживающего персонала в месяц;

ТСчас - тарифная ставка обслуживающего персонала, занятого на обеспечении платной дополнительной образовательной услуги в час;

Кчас - количество часов в месяц оказания платной дополнительной образовательной услуги.

$$\text{ЗО} = 1,3 * 4 = 5,2$$



3. Заработная плата административного аппарата.

$$ЗА = (ЗП + ЗО) * 10\%, \text{ где}$$

ЗА - заработная плата административного персонала учреждения, занятого в организации платной дополнительной образовательной услуги;

Размер отчисления = 10% (выбран на основе фактически сложившегося в 2004 г.).

$$ЗА = (35,36 + 5,2) * 0,1 = 4,056$$

4. Начисления на заработную плату. Рассчитывается по формуле:

$$НЗ = (ЗП + ЗО + ЗА) * 26\%, \text{ где}$$

НЗ - начисления на заработную плату;

Размер начисления в соответствии с законодательством РФ = 26% - единый социальный налог.

$$НЗ = (35,36 + 5,2 + 4,056) * 0,26 = 11,6$$



5. Материальные затраты.

Материальные затраты рассчитываются на основе фактических расходов бюджета на эти нужды в данном учреждении образования за предшествующий финансовый год на одного учащегося в месяц, с учетом изменения тарифов в текущем финансовом году:

$$МЗ = (ФМЗ / 12 / Уч) * КГ * Кис, \text{ где}$$

МЗ - материальные затраты учреждения образования по оказанию платной дополнительной образовательной услуги;

ФМЗ - фактические расходы бюджета на покрытие материальных затрат по учреждению образования (взяты по данным расчетного центра в среднем по детским образовательным учреждениям дополнительного образования за 2012 год);

12 - количество месяцев в году;

Уч - количество учащихся в учреждении образования (предполагается 60 детей);

КГ - количество детей, занимающихся в группе, получающей платные дополнительные образовательные услуги. При индивидуальном обучении КГ = 1. В общем случае 8 - 10 человек.

Кис - коэффициент использования здания и оборудования учреждения образования при оказании платных дополнительных образовательных услуг принимается = 0,1.

$$МЗ = (5689 / 12 / 60) * 9 * 0,1 = 7,11$$



6. Материальные затраты по электроэнергии на оказание платной дополнительной образовательной услуги – РЭ рассчитывается по формуле:

$$РЭ = ((ФРЭ / 12 / Уч) * КГ) * Кис, \text{ где}$$

ФРЭ - фактические расходы бюджета по оплате за электроэнергию, потребленную школой в год (взяты по данным расчетного центра в среднем по детским образовательным учреждениям дополнительного образования за 2012 год);

12- количество месяцев в году

Уч - количество учащихся;

КГ - количество детей занимающихся, в группе, получающей платные дополнительные образовательные услуги;

Кис - коэффициент использования здания и оборудования учреждения образования при оказании платных дополнительных образовательных услуг, принимается = 0,1

$$РЭ = (41,965 / 12 / 60 * 9) * 0,1 = 52,45$$



7. Себестоимость платной образовательной услуги. Рассчитывается по формуле:

$$СБ = ЗП + ЗО + ЗА + НЗ + МЗ, \text{ где}$$

СБ - себестоимость платной образовательной услуги.

$$СБ=35,36+5,2+4,056+11,6+7,11+52,45=115,77$$

Средства на развитие материально - технической базы учреждения (капитальный и текущий ремонт, приобретение оборудования) принимаются в размере до 20% от себестоимости платной образовательной услуги. Сумма средств, направляемых на развитие материально - технической базы учреждения, устанавливается руководителем учреждения образования, исходя из потребности конкретного учреждения.

Цена единицы платной дополнительной образовательной услуги в месяц для одного учащегося (ЦОУ) рассчитывается по формуле:

$$ЦОУ = (СБ + СР) / КГ, \text{ где}$$

СР - средства на развитие материальной базы учреждения.

$$ЦОУ=(115,77+23,15)/9=15,43$$



БЮДЖЕТ МАРКЕТИНГА

1. Объявления на школьном стенде и на 2 уличных – 50 руб.
2. Флайер- 550 руб.
3. Реклама на радио – 500 руб. (3 трансляции в течение месяца)
4. Телевидение – 1350 руб. (ролики по 5 сек.)
5. Объявление в газете – 1000 руб. (2 объявления)
6. Беседы с родителями на родительских собраниях в школе.
7. Приглашительные карточки (вручаются в школе и в детском саду) – 50 руб.
8. Привлечение клиентов через Интернет.



Вывод

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что у нас есть довольно перспективная маркетинговая возможность выхода на рынок услуг дошкольного образования

