**Практичне заняття 4**

З курсу «Планування і контроль на підприємстві»

Тема «Маркетингові дослідження та планування збуту продукції»

Питання для обговорення:

1. Сутність планування збуту на підприємстві.

2. Що являють собою маркетингові дослідження на підприємстві? Яким чином вони здійснюються (етапи)?

3. Охарактеризуйте завдання, принципи, методи реалізації маркетингових досліджень.

4. Визначте алгоритм процесу планування збуту на підприємстві.

5. Які чинники впливають на збут продукції підприємства?

6. Які витрати на маркетинг та збут мають місце в діяльності підприємства?

7. Що таке концепція життєвого циклу продукції? Охарактеризуйте етапи ЖЦП?

8. Що таке реклама? Які вам відомі види реклами?

9. Обґрунтуйте методи планування бюджету на рекламу.

10. Назвіть основні показники плану збуту підприємства.

11. Конкурентоспроможність продукції. Фактори що формують конкурентоспроможність продукції.

12. Що таке «ціна»? Охарактеризуйте види цін. Обґрунтуйте методи ціноутворення.

**Завдання 1.**

На підставі даних про обсяги споживання м’яса і м’ясопродуктів у Житомирській області спрогнозувати споживчий попит на 2021 рр.

Таблиця

Обсяги споживання м’яса і м’ясопродуктів в середньому за місяць на 1 особу

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Обсяг споживання | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 5,0 | 5,0 | 4,8 | 4,3 | 4,6 | 4,8 | 5,3 |

Чисельність населення Житомирської області станом на 01 серпня 2020 р. становить 1202149 осіб. Для розрахунку вважати, що у 2020 р. чисельність не зміниться.

**Завдання 2.**

ТОВ «Антошка» планує виробляти шкарпетки для дорослого населення. Цільовим сегментом для підприємства виступає доросле населення Житомирської області (віком від 15 до 64 р.). За даними Головного управління статистики в Житомирській області, чисельність такої категорії населення у 2018 р. становила 825,2 тис. ос. З метою виявлення споживчого попиту, маркетинговою службою підприємства було сформовано вибірку з 500 осіб та проведено опитування щодо готовності придбати продукцію ТОВ «Антошка». За результатами опитування, 3 % респондентів зазначили, що в’яжуть шкарпетки самі, 58 % відзначили, що купуватимуть продукцію у іншого товаровиробника, 15 % відповіли, що не носять шкарпетки, 10 % не визначилися з відповіддю, решта респондентів висловили готовність купувати щонайменше 2 пари шкарпеток ТОВ «Антошка». Спрогнозувати діапазон обсягів реалізації ТОВ «Антошка».

**Завдання 3.**

Спланувати бюджет витрат на рекламу усіма можливими способами на підставі наведених даних.

У 2019 р. обсяг реалізованої продукції підприємства становив 150 тис. од. при ціні 23 грн. за од. (без ПДВ). Планом на 2020 р. передбачено зростання обсягів реалізації на 8 % при підвищенні ціни на 10 %. Витрати на збут у 2019 р. становили 420 тис. грн., в т.ч. 270 тис. грн. – витрати на рекламу.

Основним конкурентом ТОВ «Лідер» є ТОВ «Перфект», обсяги реалізації якого становлять 2780 тис. грн. при витратах на рекламу 200 тис. грн.

В цілому, відповідно до думок експертів маркетингового відділу, доцільним є використання наступних напрямів реклами:

– друк рекламних матеріалів (вартість 1000 флайєрів 4+4 формату А5 становить 850 грн.) – 2500 / раз на два місяці, послуги дизайнера – 300 грн. за макет.

– розміщення реклами на радіо (вартість 1 секунди ефірного часу становить 4 грн.)

– тривалість рекламного ролика 14 сек., кількість виходів в ефір – 5 разів на день протягом одного тижня в місяць, створення ролика – 1100 грн.

– зовнішня реклама на бордах – розробка макету – 400 грн., друк постера 3х6 м – 520 грн., оренда 1 борду – 400 грн. / міс. Заплановано розміщення реклами на 20 бордах протягом 2 тижнів що три місяці.

**Завдання 4.**

Обґрунтувати структуру асортименту ТОВ «Заграва», якщо виробнича потужність підприємства становить 10000 од. продукції на місяць. Визначити валовий прибуток підприємства за встановленого асортименту. У табл. Наведені дані щодо продукції.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продукція | Ціна, грн. | Собівартість, грн. | Обсяг попиту, од. |
| А | 15 | 10 | 2500 |
| Б | 18 | 16 | 3000 |
| В | 22 | 14 | 1200 |
| Г | 17 | 11 | 1800 |
| Д | 28 | 22 | 5000 |

**Завдання для самостійного розв’язку**

**Завдання 5.**

На підставі даних про обсяги споживання картоплі у Житомирській області спрогнозувати споживчий попит на 2020 рр.

Таблиця

Обсяги споживання картоплі в середньому за місяць на 1 особу, кг

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Обсяг споживання | 7,4 | 8,4 | 7,6 | 7,2 | 6,9 | 7,2 | 7,5 | 7,5 | 6,9 | 7,2 |

**Завдання 6.**

Спланувати бюджет витрат на рекламу усіма можливими способами на підставі наведених даних.

У 2019 р. обсяг реалізованої продукції підприємства становив 220 тис. од. при ціні 15 грн. за од. (без ПДВ). Планом на 2020 р. передбачено зростання обсягів реалізації на 10 % при підвищенні ціни на 15 %. Витрати на збут у 2019 р. становили 670 тис. грн., в т.ч. 410 тис. грн. – витрати на рекламу.

Основним конкурентом ТОВ «Лідер» є ТОВ «Перфект», обсяги реалізації якого становлять 5120 тис. грн. при витратах на рекламу 700 тис. грн. В цілому, відповідно до думок експертів маркетингового відділу, доцільним є використання наступних напрямів реклами:

– друк рекламних матеріалів (вартість 1000 флайєрів 4+4 формату А5 становить 850 грн.) – 3500 / раз на три місяці, послуги дизайнера – 300 грн. за макет.

– розміщення реклами на радіо (вартість 1 секунди ефірного часу становить 4 грн.) – тривалість рекламного ролика 15 сек., кількість виходів в ефір – 7 разів на день протягом двох тижнів в місяць, створення ролика – 1100 грн.

– зовнішня реклама на бордах – розробка макету – 400 грн., друк постера 3х6 м – 520 грн., оренда 1 борду – 400 грн. / міс. Заплановано розміщення реклами на 25 бордах протягом 2 тижнів що два місяці.

**Завдання 7**

Обґрунтувати структуру асортименту ТОВ «Заграва», якщо виробнича потужність підприємства становить 12000 од. продукції на місяць. Визначити валовий прибуток підприємства за встановленого асортименту. У табл. Наведені дані щодо продукції.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продукція | Ціна, грн. | Собівартість, грн. | Обсяг попиту, од. |
| А | 22 | 18 | 1500 |
| Б | 18 | 11 | 4500 |
| В | 28 | 20 | 3000 |
| Г | 35 | 27 | 3500 |
| Д | 30 | 24 | 4000 |