

Самостійні завдання До практичного заняття 2

Тема. Маркетингові дослідження та планування збуту продукції

Задача 1

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
Обсяг споживання	7,4	8,4	7,6	7,2	6,9	7,2	7,5	6,9	7,2

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

Задача 2

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 3x6 м – 520 грн., оренда 1 борду – 400 грн. / міс. Заплановано розміщення реклами на 25 бордах протягом 2 тижнів що два місяці.

Задача 3

Обґрунтувати структуру асортименту ТОВ «Заграда», 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