**Завдання 1**

Складіть таблицю, в якій перелічіть усі види товарів та послуг, що пропонує Ваша фірма. Вкажіть, яким чином Ви прагнете їх виконувати. Розкажіть про їх властивості (в чому вони полягають?), їх користь (що вони дають клієнту? чому клієнт ними користується?).

Дайте відповіді на питання, використовуючи таку шкалу оцінок: відмінно, добре, задовільно, погано. Дайте свої роз'яснення до кожного питання:

1. Яка якість Ваших послуг?

2. Наскільки Ваші послуги забезпечують сподівання клієнтів?

3. Якою мірою назви Ваших послуг розкривають їх користь для клієнта?

4. Якщо Ваша фірма пропонує різноманітні види товарів та послуг, то чи сумісні вони між собою?

5. Чи забезпечена Ваша фірма всім необхідним для виконання даних послуг?

6. Чи є у Вас всі необхідні матеріали, чи легко Ви можете їх діставати?

Підсумовуючи ваші відповіді, дайте коротку характе­ристику запропонованих Вами товарів та послуг.

**Завдання 2**

Підприємство «Євромілк» планує вийти із своєю продукцією (йогурти) на ринок певного географічного регіону. Визначить місткість ринку для товару в цьому географічному регіоні на основі наступних даних:

1) чисельність населення даного регіону 820 тис. чоловік;

2) середньомісячний дохід на душу населення 255 грн. / особу;

3) питома вага коштів, що їх витрачають з отриманого доходу на продукти харчування К1=35%;

4) питома вага коштів, що їх витрачають на молочні продукти К2= 28% із суми, яку описує коефіцієнт К1;

5) питома вага коштів, що їх витрачають на йогурти К3=10% із суми, яка визначається коефіцієнтом К2.

Запитання:

Які канали товароруху доцільно обрати підприємству при виході на даний ринок? Свій вибір обгрунтуйте.

**Завдання 3**

Підприємство займається виробництвом різноманітних молочних продуктів. Підприємство планує переорієнтуватись із концепції збуту на концепцію маркетингу (соціально-етичного маркетингу) і це має знайти відображення у місії підприємства.

Завдання:

Розробіть місію підприємства, враховуючи ті потреби, на які воно орієнтується. Здійсніть вибір цільового сегмента для одного із молочних продуктів підприємства.

**Завдання 4**

Припустимо, що ТОВ «Кондитер» планує відкрити нову фірмову крамницю у одному із районних центрів Волинської області. Маркетологами даного підприємства було прийнято рішення провести опитування мешканців даного містечка, з метою виявлення їх потреб та уподобань.

Завдання:

Розробіть анкету, яку можна було б запропонувати підприємству для проведення такого дослідження. Попередньо визначтесь із способом зв'язку з аудиторією (особисте, поштове чи телефонне опитування).

**Завдання 5**

Фірма планує використовувати роз'їзних роздрібнених торговців у чотирьох географічних відокремлених сегментах ринку палітурного та тарного картону.

В сегменті А чисельність ймовірних клієнтів ( реально потенційних споживачів) становить 50, а раціональна кількість відвідувань кожного з них становить чотири рази на місяць. У сегменті Б є 70 потенційних клієнтів, є раціональна частота їх відвідування — два рази на місяць. У сегменті В і Г відповідно 100 і 150 клієнтів, яких необхідно відвідувати: в сегменті В - раз у місяць, а у сегменті Г - раз у два місяці.

У відповідності до встановлених на фірмі норм кожний торговий агент працює в середньому 24 робочі дні у місяць, а щоденна середня норма одного агента складає чотири контакти зі споживачами в день.

Крім того, з кожних ста контактів десять є незапланованими і здійснюються агентами за власною ініціативою або в наслідок появи певної інформації. Крім того приблизно 5% контактів можуть не відбутися з технічних причин: несправність автомобіля, відсутність клієнта та ін.

Завдання:

Розрахуйте загальну чисельність планових контактів (відвідувань) клієнтів фірми у місяць. Врахуйте ймовірний відсоток незапланованих контактів і тих, що не відбулися і розрахуйте чисельність співробітників фірми. Як, на Ваш погляд, можна було б підвищити продуктивність їх праці? Від чого це залежить?

**Завдання 6**

Організатори міжнародної виставки хімічної промисловості, що проводиться у Гонконзі, пропонували цілому ряду крупних українських підприємств представити свою продукцію безкоштовно, з умовою підготовки зразків і специфікацій з відпускними цінами. Однак реально у ній прийняли участь лише концерн «Стірол» і підприємство «Рівнеазот».

Вітчизняні виробники, не дивлячись на зниження попиту на хімічну продукцію на внутрішньому ринку, не виявили активності, пояснюючи це високими митними зборами, відмінностями у стандартах світових і вітчизняних на хімічну продукцію. Знайомі вони з претензіями закордонних партнерів у випадку порушення строків поставки.

За три дні виставки лише на стенді «Рівнеазот» відбулося майже 40 переговорів з потенційними покупцями з Південної Кореї, Тайваню, Гонконгу, Австралії, Німеччини, Угорщини, Австрії, США. їх основним предметом були українські мінеральні добрива та інша хімічна продукція.

Запитання:

1. Чим виставка виявилась корисною для українських підприємств, що брали у ній участь?

2. Яких помилок допустилися фірми, що не брали участі у виставці?

3. Який план роботи по підготовці до участі у наступній міжнародній виставці ви б запропонували вітчизняними підприємствам хімічної промисловості?

**Завдання 7**

Припустимо, ви маєте намір придбати у власність певне виробниче підприємство і керувати ним. Ви здійснили досить ретельний попередній аналіз і у результаті чітко уявити картину ділового і фінансового стану компанії. Отримані дані дозволяють зробити наступні висновки:

а) завод і обладнання застарілі і потребують особливої уваги;

б) після оплати вартості придбаної компанії у Вас залишається обмаль коштів для поповнення виробничих фондів;

в) існуюче керівництво, що лишилось вам у спадок старшого віку, але має багаторічний досвід у цій сфері;

г) особисто у Вас є річний досвід роботи у даній сфері економіки;

д) товари, що виробляються компанією, відповідають запитам широких верств споживачів, але потрібно серйозно попрацювати над системою розподілу і реалізації товарів.

Завдання:

1) викладіть результати Вашого дослідження у порядку зниження їх важливості, присвоївши кожному з них певний ранг важливості від «5» (найменш важливий) до «1» (найважливіший);

2) виходячи з результатів ревізування, вирішіть, чи візьметесь Ви за цю справу. Назвіть усі фактори «за» і «проти» для обґрунтування Вашої відповіді;

3) що Ви здійсните у першу чергу, якщо візьметесь за цю справу.

**Завдання 8**

У рекламне агентство звернувся замовник, І повідомив, що у нього для продажу є крупні партії таких товарів:

- масла селянського у розфасовці по 200 гр.;

- текстильної галантереї (хустини носові, рушники);

- руберойду покрівельного;

На запитання співробітників агентства, яким споживачам рекламодавець збирається продавати свої товари і які носії реклами використати, замовник запропонував, щоб агентство самостійно розробило відповідні пропозиції.

Завдання:

Уявіть, що Ви співробітник рекламного агентства і Вам запропоновано зайнятися рекламною кампанією одного з перерахованих вище видів товарів. Виберіть будь-який з них.

1. За якими критеріями і які категорії (цільової групи) потенційних споживачів - адресатів реклами Ви пропонуєте виділити для реклами обраного Вами товару?

2. Які носії реклами Ви вважаєте за доцільне задіяти (у тому числі як основні і як допоміжні) і рекомендувати замовнику для розміщення реклами?

3. У яких місцях, на якій території Ви плануєте розміщувати цю рекламу?

**Завдання 9**

Керівництво підприємства прийняло рішення визначити ринкову ціну на меблі для кухні експериментальним шляхом. Були заключні відповідні угоди з кількома меблевими магазинами міста. В одному з магазинів комплекти меблів були виставлені за 1800 грн., що дозволяло розрахувати лише на 10% прибутку ціни продажу. В другому магазині у півтора, а у третьому - у два рази вище. У першому магазині всі відвантажені 10 комплектів були продані протягом тижня. У другому магазині через місяць проданими виявились шість комплектів. З третього магазину також через місяць прийшла інформацію про продаж лише одного комплекту.

Запитання:

1. Який з трьох варіантів ціни є найкращим для виробника за наявної інформації?

2. Чи вірно був проведений експеримент, які його умови потрібно покращити?

3. Чи доцільно продовжувати, розширювати експеримент?

**Завдання 10**

Фірма «Сандра» виробляє жіночі прикраси із срібла й напівкоштовного каміння, біжутерію. Для реалізації продукції вона орендує відділи в універмагах і має три невеличкі магазини, періодично подає рекламні оголошення у місцевих газетах.

Заздалегідь плануючи активізацію комунікаційної діяльності до Різдвяних свят, фахівець з питань реклами фірми вирішив використати в листопаді-грудні й інші засоби розповсюдження рекламної інформації. В умовах обмежених коштів, що не дають можливості використати телебачення, він розглядає два варіанти: рекламу на радіо та рекламні щити.

Завдання:

Проаналізуйте переваги та недоліки кожного засобу розповсюдження реклами і виберіть оптимальний варіант, враховуючи специфіку товару і характер цільової аудиторії.

**Завдання 11**

Підприємство виготовляє сільськогосподарську техніку з високими експлуатаційними характеристиками для колективних і великих фермерських господарств. В останні роки обсяги збуту продукції знизились.

Для подолання негативних тенденцій керівництвом прийнято рішення сформувати ефективну систему маркетингових комунікацій підприємства (СМК). Які складові СМК, на Вашу думку, краще використати в такій ситуації?

**Задача 12**

Компанії необхідно визначити найбільш доцільний проект впровадження енергозберігаючих технологій. За першим проектом інвестиційні витрати складають 700 тис. грн. (1 рік — 350 тис. грн., 2 рік — 350 тис. грн.)

За другим проектом інвестиційні витрати складають 650 тис. грн. Інвестиції здійснюються 1 рік. Ставка дисконту — 8%. Прогнозні темпи інфляції – 7%. Грошові потоки (тис. грн.):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Проект 1 | Проект 2 |
| 1 рік | 270 | 400 |
| 2 рік | 200 | 350 |
| 3 рік | 120 | 100 |
| 4 рік | 90 | 50 |
| 5 рік | 70 | 0 |

**Задача 13**

Компанії необхідно визначити найбільш доцільний проект реконструкції цеху. За проектом «А» інвестиційні витрати складають 500 тис. грн.

За проектом «Б» інвестиційні витрати складають 550 тис. грн. (1 рік —200 тис. грн., 2 рік — 350 тис. грн.) Інвестиції здійснюються 1 рік. Ставка дохідності — 10%. Грошові потоки (тис. грн.):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Проект «А» | Проект «Б» |
| 1 рік | 250 | 420 |
| 2 рік | 220 | 320 |
| 3 рік | 120 | 120 |
| 4 рік | 80 | 40 |
| 5 рік | 80 | 0 |

**Задача 14**

Компанії необхідно визначити найбільш доцільний проект реконструкції цеху. За проектом «А» інвестиційні витрати складають 600 тис. грн. (1 рік — 250 тис. грн., 2 рік — 350 тис. грн.)

За проектом «Б» інвестиційні витрати складають 650 тис. грн. Інвестиції здійснюються 1 рік. Ставка дохідності — 10%. Грошові потоки (тис. грн.):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Проект «А» | Проект «Б» |
| 1 рік | 270 | 400 |
| 2 рік | 200 | 350 |
| 3 рік | 120 | 100 |
| 4 рік | 90 | 50 |
| 5 рік | 70 | 0 |

**Задача 15**

Для організації нового підприємства необхідно вкласти 10 000 грн. з проектом за 4 роки грошові потоки відповідно будуть складати: 1 рік — 6000 грн., 2 рік — 5000 грн. , 3 рік — 3000 грн., 4 рік — 2000 грн. Дисконтна ставка — 22%. Визначити доцільність проекту.