ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»

представительство в р.ц.Сергиевск

Кафедра «Экономика и управление »

К О Н Т Р О Л Ь Н А Я Р А Б О Т А

***по дисциплине***

***«Маркетинг»***

**Задачи по дисциплине «Маркетинг»**

**Тольятти 2008г**

**Задача 1. Определить эффективность сбытовой политики предприятия, если известно, что транспортные издержки по перемещению продукции составили 70 тыс. денежных единиц (д.е.), затраты на оплату труда работников службы сбыта составили 500 тыс. д.е., а объем реализации продукции за анализируемый период составил 45000 тонн по цене 25 д.е. за тонну**

**Решение:**

1. Найдем объем реализации продукции за анализируемый период:

Ор = 45000 \* 25 = 1125 тыс. д.е.

2. Определим совокупные сбытовые затраты:

Зс = Зтр + Зскл + Зстр,

где Зс – затраты совокупные сбытовые, Зтр – транспортные затраты, связанные со сбытом продукции, Зскл – складские расходы, Зстр - затраты по страхованию груза

Зс = 500000 + 70000 = 570 тыс.д.е.

3. Определим коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы:

Кр = Ор/ Зс,

где Кр - коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы, Ор - объем реализации продукции за анализируемый период Зс – затраты совокупные сбытовые.

Кр = 1125000/570000 = 1,97

**Ответ: Кр = 1,97**

Задача 2. **Определите эффективность сбыта фирмы, если известно, что затраты на сбыт продукции составили 115 тыс. ус.ед. Выручка от реализации товаров фирмы составила 305 тыс. ус.ед. Прибыль фирмы составляет 15% от суммы выручки**

Решение:

Вычислим коэффициент объема реализации продукции:

Ор = выручка – прибыль

Прибыль = 30500\*0,15 = 45750 у.е.

Ор = 305000-45750 = 259250 у.е.

Найдем коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы:

Кр = Ор/ Зс,

где Кр - коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы, Ор - объем реализации продукции, Зс – затраты совокупные сбытовые.

Кр = 259250/115000 = 2,25

**Ответ: Кр = 2,25**

**Задача 3.Коммерческие затраты на проведение сбытовой политики составляют 160 тыс. ус.ед. Выручка от реализации продукции составляет 400 тыс. ус.ед., а величина полученной прибыли 80 тыс. ус. ед. Определить эффективность сбытовой деятельности предприятия**

**Решение:**

Найдем объем реализации продукции:

Ор = 400000 – 80000 = 320000 у. е.

Найдем коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы:

Кр = Ор/ Зс,

где Кр - коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы, Ор - объем реализации продукции, Зс – затраты совокупные сбытовые.

Кр = 320000/160000 = 2

**Ответ: Кр = 2**

**Задача 4. Выберите наиболее эффективный вариант рекламной кампании фирмы исходя из следующих данных**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вариант рекламной кампании** | **Затраты на рекламную кампанию, тыс. д.е.** | **Цена единицы продукции, д.е.** | **Объем реализации продукции, тысяч штук** | |
| **До рекламной кампании** | **После рекламной кампании** |
| **Вариант «А»** | **350,0** | **2 000** | **13** | **15** |
| **Вариант «Б»** | **415,0** | **2 000** | **13** | **16,8** |

**Решение:**

Определим эффективность рекламной кампании для варианта «А»:

Эр = (Ор после рекл - Ор до рекл) / З рекл,

гдеОр после рекл - объем реализации после проведения рекламной кампании, Ор до рекл – объем реализации до проведения рекламной кампании, З рекл – совокупные затраты на рекламную кампанию

Ор после рекл = 15000\*2000 = 30000 тыс. д.е.

Ор до рекл = 13000\*2000 = 26000 тыс. д.е.

Эр «А» = (30000-26000)/350 = 11,43

Определим эффективность рекламной кампании для варианта «Б»:

Ор после рекл = 16800\*2000 = 33600 тыс. д.е.

Ор до рекл = 13000\*2000 = 26000 тыс. д.е.

Эр «А» = (33600-26000)/415 = 18,31

**Ответ: Наиболее эффективным вариантом рекламной кампании является вариант «Б»**

**Задача 5. ЗАО «Энергия» приступило к выпуску новой продукции, себестоимость единицы которой составляет 27 д.е., а цена , по которой реализует предприятие данную продукцию -35 д.е. Всего предприятие реализовало 25 тыс.единиц продукции. Выход новой продукции на рынок сопровождался рекламной кампанией, на которую было затрачено 147, 8 тыс. ден. ед. Определить эффективность рекламной кампании (принять прибыль до реализации рекламной кампании равной 0)**

**Решение:**

Найдем прибыль фирмы после проведения рекламной кампании:

Пр после рекл = (35-27) \*25 = 200 тыс. д.е.

Определим эффективность рекламной кампании:

Эр (Пр после рекл - Пр до рекл )/ З рекл сов

Эр = 200/147,8 = 1,35

**Ответ: Эр = 1,35**

**Задача 6. Определить предельную цену товара и результат деятельности предприятия в целом исходя из следующих данных: Постоянные издержки производства продукции – 300т.д.е. Переменные издержки на производство единицы продукции – 45 д.е. Объем продаж оптимистический – 112 тысяч штук. Объем продаж пессимистический – 98 тысяч штук**

**Решение:**

Цпред = Цперем

Цпред = 45 д.е

Результат деятельности предприятия – убыток в размере 300 тыс. д.е.

**Ответ: Цпред = 45 д.е, результат деятельности предприятия – убыток в размере 300 тыс. д.е.**

**Задача 7. Исходя из имеющихся данных определите цену электрокофеварки всеми известными Вам способами (если необходимо, можно строить предположения о развитии рынка): -затраты на производство кофеварки - 25 д.е. -размер целевой прибыли – 16% от полных затрат. - цена кофеварки ближайшего конкурента – 29 д.е**

**Решение:**

1. Найдем предельную цену, учитываются только те затраты, которые можно непосредственно отнести на производство единицы данного товара:

Цпред = издержки = 25 д.е.

2. Расчет цены на основе покрытия полных издержек (безубыточная цена):

Цбез = Иперем + Ипост = 25 д.е.

средние издержки плюс прибыль – учитывают в цене покрытие затрат на производство единицы продукции и некоторую наценку на эти затраты:

Цена = Издержки + наценка = 25 + (1,2,3)

Цена лежит в пределах от 26 д.е. до 28 д.е.

4. Ценообразование на основе анализа безубыточности и получения целевой прибыли

Ццел = Ибез+ Пцел,

где Пцел =-размер целевой прибыли на единицу продукции

Пцел = 25\*0,16 = 4 д.е.

Цел = 25+4 = 29 д.е.

Так как у ближайшего конкурента цена 29 д.е., то целесообразно назначить цену немного меньше (в пределах от 27,5 до 28,5 д.е.), чтобы за счет уменьшения цены поваысить спрос на товар

**Ответ: Цпред = 45 д.е, результат деятельности предприятия – убыток в размере 300 тыс. д.е.**

**Задача 8. Известно, что за отчетный период затраты предприятия, связанные со сбытом продукции составили 219 тыс.д.е., а затраты на рекламу составили 573 тыс.д.е. выручка от реализации продукции в отчетном периоде составила 743 тыс.д.е., а прибыль предприятия составила 11,9 % от выручки. Определить эффективность сбытовой деятельности предприятия**

**Решение:**

Найдем объем реализации продукции:

Ор = выручка – прибыль

Прибыль = 743\*0,0,119 = 88,417 тыс. д.е.

Ор = 743-88,417 = 654,583 тыс. д.е

Найдем коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы:

Кр = Ор/ Зс,

где Кр - коэффициент реагирования на коммерческое обращение фирмы,

Ор - объем реализации продукции,

Зс – затраты совокупные сбытовые.

Кр = 654,583/88,417 = 7,4

**Ответ: Кр = 7,4**

**Задача 9. Если бы у вас появилась возможность открыть салон-парикмахерскую в Вашем городе с постоянными издержками 90 тыс.д.е. в год, переменными издержками0,5 д.е. на каждую средневзвешенную услугу и конкурентной ценой 1,4 д.е. вложили бы вы деньги в этот бизнес? Обоснуйте ответ расчетами**

**Решение:**

Предельная цена равна величине переменных издержек

Цпред = 0,5 д.е

Конкурентную цену 1,4 д.е. будем считать целевой. Тогда из формулы нахождения целевой цены найдем величину прибыли:

Ццел = Цпред + прибыль / Ипост

Прибыль = (Ццел - Цпред) \* Ипост

Прибыль = (1,4-0,5)\* 90000 = 81000 д.е.

Так как прибыль достаточная велика, тоя бы вложила деньги в открытие салона - парикмахерской

**Задача 10. Постройте схему канала сбыта, определите его уровень и цену, по которой приобретет товар конечный потребитель используя следующие данные: - издержки производства единицы продукции составляют 4 500 д.е. -стоимость услуг оптовика на единицу продукции составляет 475 д.е. стоимость услуг розничной торговли на единицу продукции составляет 12% от закупочной цены. претензия на прибыль каждого участника канала товародвижения составляет 20% от его полных затрат**

**Решение:**

Ипроиз = 4500 д.е

Суслуг оптовика на ед. прод = 475 д.е.

Суслуг рознич. торг на ед. прод = 12 % от закуп. цены

D прибыль для каждого участ = 20 % от полн. затрат.

Схема:

Производитель - Оптовый посредник - Розничные посредники – Потребитель. Двухуровневый канал. Цена, по которой производитель готов продать продукцию

Ц1 = Ип + П = 4500 + 4500\*20/100 = 5400 д.е.

Цена, по которой производитель готов продать оптовым посредникам

Ц2 = Ц1 + И0 + По = 5400 + 475 + (5400+475)\*20/100 = 7050 д.е.

Ц3 = Ц2+ Ир+ Пр = 7050+ 7050\*12/100 + (7050+846) \*20/100 = 9475,2 д.е.